



**Уральский
федеральный
университет**

имени первого Президента
России Б.Н.Ельцина

**Уральский гуманитарный
институт**

**И. В. РОДИНА
Л. В. ПРОМАХ**

КУЛЬТУРА РУССКОЙ ДЕЛОВОЙ РЕЧИ И ДЕЛОВАЯ РИТОРИКА

Учебное пособие



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

Уральский федеральный университет
имени первого Президента России Б. Н. Ельцина

И. В. Родина

Л. В. Промах

КУЛЬТУРА РУССКОЙ ДЕЛОВОЙ РЕЧИ И ДЕЛОВАЯ РИТОРИКА

Учебное пособие

Рекомендовано методическим советом
Уральского федерального университета
для студентов вуза, обучающихся по всем
техническим направлениям подготовки

Екатеринбург
Издательство Уральского университета
2018

УДК 81'271+808.5(075.8)

ББК 81.055.513я73

Р60

Рецензенты:

Т. В. Гоголина, канд. филол. наук, доцент кафедры общего языкознания и русского языка Уральского государственного педагогического университета;

Е. В. Радько, канд. филол. наук, доцент кафедры социокультурного развития территории Екатеринбургской академии современного искусства

Научный редактор — Е. Э. Иванова, канд. филол. наук, доцент кафедры русского языка, общего языкознания и речевой коммуникации Уральского федерального университета

На обложке использовано изображение с сайта <https://ekonom.sk/wp-content/uploads/2017/05/TITULNY.jpg>

Родина, И. В.

Р60 Культура русской деловой речи и деловая риторика : учебное пособие / И. В. Родина, Л. В. Промах. — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2018. — 200 с.

ISBN 978-5-7996-2473-6

Учебное пособие освещает вопросы культуры деловой речи и деловой риторики. Содержит теоретический материал и практические упражнения, а также задания для тренировки и вопросы для контроля как тестового, так и нетестового характера, в том числе задания кейсового типа.

В отличие от большинства учебных пособий по этому предмету особое внимание уделяется сведениям из русской лексикологии и грамматики, к которым апеллируют языковые и речевые нормы.

Библиогр.: 13 назв.

УДК 81'271+808.5(075.8)

ББК 81.055.513я73

ISBN 978-5-7996-2473-6

© Уральский федеральный
университет, 2018

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	5
РАЗДЕЛ 1. СОВРЕМЕННЫЙ РУССКИЙ ЛИТЕРАТУРНЫЙ ЯЗЫК КАК ОСНОВА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ	6
ТЕМА 1. СВЕДЕНИЯ О СОВРЕМЕННОМ РУССКОМ ЛИТЕРАТУРНОМ ЯЗЫКЕ КАК ОСНОВЕ КУЛЬТУРЫ ДЕЛОВОЙ РЕЧИ	6
Язык и речь	6
Понятие современного русского национального языка.....	9
Типы лексики с точки зрения происхождения, времени и сферы употребления.....	11
Типы лексики с точки зрения соотношения формы и лексического значения	16
Понятие лексической сочетаемости	18
Понятие фразеологизма. Типы фразеологизмов	18
Русский литературный язык как основа концепции культуры речи	19
ТЕМА 2. ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ СТИЛИ РУССКОГО ЛИТЕРАТУРНОГО ЯЗЫКА	22
Понятие стиля. Стилистическая маркировка.....	22
Общая характеристика функциональных стилей русского литературного языка.....	25
ТЕМА 3. НОРМЫ ЛИТЕРАТУРНОГО ЯЗЫКА КАК ОСНОВА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ РЕЧИ	28
Понятие языковой нормы.....	28
Типологии языковых норм	29
Орфоэпические нормы.....	30
Словообразовательные нормы	34
Лексические нормы	35
Грамматические нормы	39
Морфологические нормы.....	40
Синтаксические нормы	48
Представление об орфографических и пунктуационных нормах.....	52
УЧЕБНЫЕ ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 1	54
Тема 1. Учебное задание 1.....	54
Тема 1. Учебное задание 2.....	57
Тема 2. Учебное задание 3.....	62
Тема 3. Учебное задание 4.....	66
Тема 3. Учебное задание 5.....	66
Тема 3. Учебное задание 6.....	68
Тема 3. Учебное задание 7.....	69
Контрольные задания	69
РАЗДЕЛ 2. УСТНАЯ ФОРМА КОНСТРУКТИВНОГО ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ	72
ТЕМА 4. ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ УСПЕШНОГО РЕЧЕВОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ	72
Особенности устной речи.....	72
Коммуникативный кодекс делового человека.....	73
Речевой этикет в устном общении	75
Конфликтное взаимодействие.....	79
ТЕМА 5. ВИДЫ И СПОСОБЫ РЕЧЕВОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ: ТЕХНИКИ ДИАЛОГА И ОСНОВЫ ПОЛЕМИЧЕСКОГО МАСТЕРСТВА	88
Диалог как один из основных видов устной речи	88
Типы собеседников. Техника взаимодействия собеседников	92
Полемические виды деловой коммуникации	95
Культура ведения дискуссии: цели, структура, роль ведущего, виды вопросов и ответов, приемы активизации	106

ТЕМА 6. НЕВЕРБАЛЬНЫЕ И НЕРЕЧЕВЫЕ ВИДЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УСТНОМ ОБЩЕНИИ	112
Невербальные средства общения	112
Слушание и его виды	116
УЧЕБНЫЕ ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 2	118
Тема 4. Учебное задание 1	118
Тема 4. Учебное задание 2	121
Тема 5. Учебное задание 3	123
Контрольные задания	126
РАЗДЕЛ 3. ОРАТОРСКАЯ РЕЧЬ	127
ТЕМА 7. ПУБЛИЧНАЯ РЕЧЬ В ДЕЛОВОМ ОБЩЕНИИ	127
Особенности публичной речи	127
Понятие риторики	128
Типология публичных выступлений	132
ТЕМА 8. ОСНОВЫ ОРАТОРСКОГО МАСТЕРСТВА	134
Оратор и аудитория	134
Этапы работы над публичным выступлением	140
Информационная речь	147
Убеждающая речь	150
ТЕМА 9. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К ОРАТОРСКОЙ РЕЧИ	155
Требования к манере ораторской речи	155
Логика ораторской речи	160
Коммуникативные качества речи в публичном выступлении	163
УЧЕБНЫЕ ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 3	173
Тема 8. Учебное задание 1	173
Тема 9. Учебное задание 2	174
Контрольные задания	174
РАЗДЕЛ 4. ПИСЬМЕННАЯ ФОРМА ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ	176
ТЕМА 10. ОСОБЕННОСТИ ПИСЬМЕННОЙ КОММУНИКАЦИИ В ДЕЛОВОЙ СФЕРЕ	176
Особенности письменной речи	176
Интернациональные свойства письменной деловой речи	177
Жанровое разнообразие письменной деловой речи (типы и виды документов)	178
ТЕМА 11. ТРЕБОВАНИЯ К ЯЗЫКУ И СТИЛЮ ПИСЬМЕННОЙ ДЕЛОВОЙ РЕЧИ	179
Язык и стиль документов	179
Унификация деловой письменной речи	181
Речевой этикет в письменной деловой речи	185
ТЕМА 12. СОСТАВЛЕНИЕ И ОФОРМЛЕНИЕ ЛИЧНОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ	187
Заявление	187
Объяснительная записка	189
Доверенность	190
Резюме	191
Характеристика	193
Редактирование текста деловых бумаг	195
УЧЕБНЫЕ ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 4	196
Тема 11. Учебное задание 1	196
Тема 12. Учебное задание 2	196
Тема 12. Учебное задание 3	197
Контрольные задания	197
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	199

ВВЕДЕНИЕ

Когда вы только начинаете разговор с незнакомым для вас человеком, вы, сами того не осознавая, сообщаете собеседнику очень многое о себе, вполне вероятно, даже то, что, может быть, вам хотелось бы и утаить. Дело в том, что по речи, вне зависимости от смысла самих фраз, можно получить дополнительную важную информацию о человеке. В науке существует термин «речевой паспорт говорящего». Кроме пола и возраста, можно судить об уровне образования человека, уровне общей грамотности и культуры и, соответственно, его социальном статусе, о месте, в котором он живет, о чертах его характера и иногда даже о занимаемой им должности. Человек только речью может привлечь или, напротив, оттолкнуть собеседника. Речь чрезвычайно влияет на образ человека в глазах окружающих и содержит дополнительные рычаги воздействия на собеседников.

Задача нашего курса — научить пользоваться возможностями, которые дает русская речь — и прежде всего в создании делового имиджа и в налаживании деловых контактов. Недаром древнегреческому философу Сократу приписывают слова: «Заговори, чтобы я тебя увидел!».

Общение — важнейшее средство отношений между людьми, с помощью которого происходит обмен информацией, передача ее эмоционального и интеллектуального содержания. Один из представителей делового мира, президент крупнейшего в мире автогиганта, компании «Форд» и «Крайслер», Ли Якокка в своей популярной книге «Карьера менеджера» подчеркивает, что «управление представляет собой не что иное, как настраивание людей на труд. Единственный способ настраивать людей на энергичную деятельность — это общаться с ними». От этого умения зависят не только эффективность взаимодействия с другими людьми, конструктивность принимаемых решений, но и карьера специалиста, формирование профессионального имиджа.

Динамичный характер жизни и профессиональной деятельности требует от будущих специалистов разных умений: быстро вливаться в трудовой коллектив, адаптироваться к новым условиям работы и регулировать отношения между людьми в процессе совместной деятельности.

Деловой человек должен уметь работать в команде, нацеленной на общий производственный результат, участвовать в принятии рациональных решений, понимать и принимать точку зрения своих партнеров, учитывать конструктивную критику, публично представлять свои разработки. Современному специалисту приходится иметь дело с большим объемом деловой информации, которую необходимо правильно понимать, перерабатывать, реализуя при этом свои коммуникативные умения в публичных выступлениях, при ведении переговоров, в дискуссиях, на производственных совещаниях, демонстрируя в своей речи профессиональную компетенцию.

Общество нуждается не только в высококвалифицированных специалистах, но и коммуникативно грамотных деловых партнерах с высоким уровнем речевой культуры.

Деловое общение имеет ряд особенностей, которые необходимо учитывать при формировании профессиональной коммуникативной компетентности. Вот почему в программу подготовки специалистов включают такие образовательные дисциплины, как «Язык делового общения», «Риторика», «Основы практической грамотности» и родствен-

ные, которые направлены на развитие коммуникативной компетентности, то есть способности решать языковыми средствами те или иные коммуникативные задачи в различных ситуациях делового общения для эффективной и плодотворной профессиональной деятельности.

Коммуникативная компетентность — это личностное качество специалиста, формирующееся в процессе развития и саморазвития личности, показатель уровня владения техникой общения, речевые умения, языковые знания.

РАЗДЕЛ 1. СОВРЕМЕННЫЙ РУССКИЙ ЛИТЕРАТУРНЫЙ ЯЗЫК КАК ОСНОВА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ

В основе культуры речи как науки лежит наука о языке — языкознание. Поэтому, для того чтобы уметь говорить грамотно, уместно и красиво на родном языке, владеть речевыми навыками осознанно, уметь анализировать собственную речь и речь окружающих, нам нужно иметь базовые представления о некоторых понятиях языкознания и языковых нормах. Освещением этих вопросов мы и займемся в первом разделе курса.

ТЕМА 1. СВЕДЕНИЯ О СОВРЕМЕННОМ РУССКОМ ЛИТЕРАТУРНОМ ЯЗЫКЕ КАК ОСНОВЕ КУЛЬТУРЫ ДЕЛОВОЙ РЕЧИ

Язык и речь

Язык и речь как явления тесно взаимосвязаны и, если люди не лингвисты, они часто используют слово *язык* в значении слова *речь*, хотя тождества между этими понятиями нет.

Язык — это исторически сложившаяся система знаков, то есть элементов, языковых единиц, которые используются в речи с целью коммуникации. Языковые знаки изучает наука о языке — **языкознание**, или **лингвистика**. Система языка имеет несколько уровней, у каждого уровня свой тип единиц, и единицы каждого уровня изучают свой раздел лингвистики: звуки языка, или фонемы, изучает **фонетика**, части слов, или морфемы — **морфемика**, языковые единицы — слова — изучаются с двух точек зрения: лексическое значение слов изучает **лексикология**, а слова как части речи изучает **морфология**. На стыке морфемики и морфологии есть еще один раздел науки о языке — **словообразование**, который занимается изучением того, как части речи образуются при помощи морфем. Единицы последнего языкового уровня — словосочетания и предложения — изучаются разделом лингвистики, который называется **синтаксисом**.

Язык — знаковая система, и это значит, что все языковые единицы — фонемы, морфемы, слова и предложения — знаки. Любой знак имеет две стороны: форму и содержание. Например, фонемы на письме обозначаются буквами: буква (графема) А — это форма знака, звук (фонема) [а] — это его содержание. Слово «стол» (любимый пример преподавателя) как знак имеет в качестве формы написанное или произнесенное слово *стол*, а в качестве содержания — лексическое значение слова *стол*, то есть «предмет мебели, представляющий собой столешницу на ножках (одной или нескольких), служащий для еды или письма».

И наконец нам важно понять значение языкового термина **грамматика**. Этот термин имеет два значения: широкое и узкое.

Грамматика в широком значении — наука о форме языковых единиц вообще.

Грамматика в узком значении — морфология (наука о частях речи) и синтаксис (наука о предложении). Поэтому под грамматическими ошибками имеют в виду ошибки морфологические и синтаксические. Впрочем, о типах ошибок мы поговорим чуть позже в этом разделе.

Речь — это специфическая человеческая деятельность, реализация тех возможностей, которые содержатся в языке как потенциал; в речи человек использует языковые единицы, осуществляя процесс коммуникации, то есть, попросту говоря, общаясь. Кроме того, речью называют и результат, продукт этой деятельности — текст.

Различение языка как системы знаков и речи как использование этой системы в процессе общения обуславливает следующие отличия их друг от друга.

Язык объективен, он существует вне зависимости от чьего-либо сознания и даже от того, пользуются ли им вообще. Язык может быть «мертвым», таким, на котором сейчас не говорят, например, латынь, или языки, свидетельства о которых содержат только так называемые памятники, то есть сохранившиеся, может быть, с очень давних исторических времен тексты, которые приходится расшифровывать и восстанавливать языковую систему, чтобы получить о ней представление, в течение долгого времени, десятилетий. Как это было, например, с языком индейцев майя, над загадкой которого бились ученые многих стран в течение нескольких веков, и только советский лингвист Юрий Валентинович Кнозов, посвятивший свою научную жизнь этой проблеме, в 1975 г. смог расшифровать и опубликовать перевод рукописей майя и описать систему их языка.

Язык принадлежит всем носителям языка. В языке заключен опыт целого народа, его история народа, особенности менталитета и психологии.

Речь субъективна и индивидуальна, всегда зависит от конкретного человека, который ее воспроизводит — говорящего или пишущего, она отражает интеллектуально-духовный опыт индивида, уровень его речевой культуры, его вкусы и пристрастия, которые проявляются в отборе языковых средств.

Язык абстрактен и идеален, он существует только в виде представлений в сознании людей — носителей языка — и коллективном сознании как система элементов, выстроенных в определенной иерархии.

Речь же **конкретна и материальна**: в устной форме это комплекс звуков, звуковой ряд, а в письменной — это графический ряд, созданный с помощью различных графических средств — графем (значков, букв, иероглифов и т. д.). Речь линейна, она разворачивается последовательно во времени и пространстве.

К отличительным особенностям речи относятся также ее **преднамеренность** и **целеориентированность**, она возникает как реакция на события действительности, зависит от конкретной ситуации, создается конкретным человеком в конкретных условиях для конкретной аудитории, и потому речь **вариативна**.

Кроме того, речь не ограничивается только языковыми средствами, она создается в том числе с помощью невербальных, несловесных средств — интонации, жестов, мимики, поз и т. д.

Но несмотря на то, что язык и речь — по сути своей различные явления, они находятся в неразрывной связи, не существуют отдельно друг от друга, а напротив, взаимозависимы и взаимообусловлены. Язык проявляется и реализуется только в речи, а речь,

в свою очередь, также обладает свойством влиять на языковую систему, внося коррективы в языковые нормы.

Роль языка в речи в жизни человеческого общества трудно переоценить: само появление и существование человека неразрывно связано с языком и процессом речи и ими обусловлено.

Поэтому мы можем говорить о функциях языка и речи в человеческом обществе в их единстве.

Выделяют следующие **функции**.

Вначале две главные.

Коммуникативная функция: язык и речь — средство общения между людьми.

Когнитивная (гносеологическая) функция: язык — это средство познания мира, накопления и передачи знаний другим людям и последующим поколениям. Это происходит прежде всего, конечно, благодаря текстам: устным преданиям, письменным источникам, аудиозаписям и т. п. — но, кроме того, язык способен фиксировать человеческие представления о мире также и на уровне языковых единиц — лексем. Слова — их лексическое значение, этимология (происхождение) — хранят ценную информацию об истории народа, его обычаях и традициях. Так, например, наличие в русском языке целого класса лексем, описывающих всё, что касается лошадей: их масть, типы верховой езды, снаряжение и т. п. — свидетельствует о том, какое огромное значение играли лошади в жизни русского народа. И действительно, часто эти слова уникальны, они могут быть употреблены только при описании лошадей, как, например, прилагательные, обозначающие цвет лошади (масть) — вороной, гнедой, каурый, буланый и т. п.

Но есть и другие функции, кроме названных двух основных.

Эмотивная функция: речь выражает не только мысли и суждения, но также отражает чувства, отношение говорящего к содержанию речи или собеседникам. Важнейшие средства передачи эмоций — различные средства выразительности — экспрессивно-эмоциональная лексика, особое строение фраз, а также интонация и жесты.

Эстетическая функция: речь приобретает эстетическую, художественную ценность благодаря своей форме, особенностям построения. Эта функция особенно важна в художественных и публицистических текстах. Эстетический эффект достигается благодаря особым средствам художественной выразительности — фонетическим, лексическим, синтаксическим, у поэзии есть дополнительные средства: строфическая форма, стопы, рифмы и т. д.

Некоторые лингвисты выделяют также как отдельные функции следующие.

Директивная (побудительная) функция: речь создается для определенного воздействия на адресата. Грамматически это может выражаться повелительным наклонением глаголов (*Говори!*), а также другими косвенными средствами (*Не могли бы вы мне сказать...*).

Фатическая (контактоустанавливающая) функция способствует установлению, продолжению или прерыванию коммуникации. В языке для этих целей имеется большое количество фраз-клише речевого этикета, которые используются при приветствии, прощании, извинениях, поздравлении, выражении сожаления или сочувствия и в других типичных ситуациях.

Метаязыковая функция: в речи иногда содержатся размышления говорящего о собственной речи, о языке — так называемая языковая рефлексия. Она проявляется в исполь-

зовании вводных слов и конструкций, которые выражают отношение говорящего к высказыванию, кавычек и т. п. Кроме того, метаязыковую функцию усматривают в любых высказываниях о языке, лекциях по языкознанию, в грамматиках, словарях и т. д.

Однако выделение этих функций может быть оспорено: директивные и фатические функции — это функции коммуникации, то же касается и метаязыковой функции. Помимо этого, научное описание языка — это часть когнитивной функции.

Вопросы и задания

1. Важнейшее средство отношений между людьми, с помощью которого происходит обмен информацией, передача ее эмоционального и интеллектуального содержания, — это _____.

2. Коммуникативной компетентностью называют:

- личностное качество специалиста, формирующееся в процессе развития и саморазвития, показатель уровня владения техникой общения, речевыми умениями, языковыми знаниями;
- специфическую человеческую деятельность, реализацию тех возможностей, которые содержатся в языке как потенциал;
- разновидность национального языка, которая служит средством общения людей на определенной территории, много меньшей, чем вся территория распространения этого языка;
- универсальное средство устного и письменного общения нации.

3. Исторически сложившаяся система знаков, то есть элементов, языковых единиц, которые используются в речи с целью коммуникации — это _____.

4. Коммуникативная функция языка — это функция _____.

5. Когнитивная функция языка — это функция _____.

Понятие современного русского национального языка

Русский язык — национальный язык русского народа, государственный язык Российской Федерации. Что значит национальный язык? Вы, конечно, сразу ответите, что это язык какой-либо нации, народа. Это так. Но главное — это то, что именно наличие национального языка является условием существования нации, выделение общности людей, говорящих на одном языке, в единый отдельный народ. Есть национальный язык — есть нация, нет национального языка — нельзя говорить о наличии нации.

Нация — исторически сложившаяся, устойчивая общность людей, образующаяся на основе общности языка, территории, особенностей экономики и культуры. **Язык** — главный объединяющий фактор, т. к. никакие общие идеи, культурные ценности и совместное хозяйство не могут существовать без единого понимания используемых в общении языковых знаков.

Далее необходимо дать некоторые пояснения к определению «**современный**» в термине «современный русский язык». Дело в том, что это понятие неоднозначное. Существует несколько хронологических рамок для термина «**современный**» в зависимости от задач исследования.

В широком смысле (самые широкие временные рамки) современным русским языком считают язык от Пушкина до наших дней. А. С. Пушкин признается родоначальником современного русского литературного языка: язык в его произведениях разительно отличался от языка его предшественников и старших современников. По этой хронологии в развитии русского языка выделяются древнерусский язык, язык XVII в., язык XVIII в. и современный русский язык. Как видим, эта хронология охватывает периоды не менее века, и поэтому она берет за основу самые серьезные и значимые изменения в языковой системе. Наука о языке использует именно широкое истолкование термина **современный**, так как именно в течение периода с первой четверти XIX в. до сегодняшнего времени русский язык предстает сложившейся целостностью, сохраняющей свою основу на всех уровнях системы.

Другие типологии предлагают уменьшение хронологических рамок:

- с конца 90-х гг. XIX в. — начала XX в. до наших дней. Такое выделение границ современного русского языка вполне объяснимо значительными переменами в жизни страны, народа и, соответственно, изменениями в языке;
- язык с конца 30-х — начала 40-х гг. XX в. до наших дней. Эта хронология основывается на переменам в языке в связи с процессами, происходившими в обществе и культуре: после Первой мировой войны, революции, гражданской войны и в 20-е гг. прошлого века — чрезвычайно бурного и трагического времени в истории нашей страны — в России происходила активная миграция населения: людей гнали с привычных мест проживания война, разруха, голод, множество бывших крестьян оказалось в городах, менялся традиционный уклад жизни. Революционным образом менялась культура: и культура быта, и искусство. В результате произошло расшатывание норм литературного языка и образование его многочисленных вариантов под влиянием потока диалектной речи, просторечия, варварских канцеляризмов, поэтических экспериментов в области языка и т. п. В 30-е гг. назрела необходимость регламентировать нормы литературного языка, которую хорошо осознавала литературная и научная общественность страны. В 1934 г. I съезд писателей провозгласил литературу хранителем норм литературного языка и поставил перед писателями задачу бороться за чистоту русского языка. Всё это привело к упорядочению и укреплению литературной нормы. В последующие годы изменений, подобных послереволюционным, русский язык не претерпевал;
- сужает рамки отсчет начала современного периода русского языка после Великой Отечественной войны. Изменения в языке в военные и послевоенные годы обусловлены мощным потоком заимствований, влиянием западной культуры на менталитет русского человека, что также нашло отражение в языке;
- еще уже — язык «постперестроечного» периода, своеобразного «праздника вербальной свободы»: в официальный язык активно вторгалась речь разговорная, профессиональная, жаргонная, и, конечно, огромное количество заимствований во всех сферах жизни: от политики и экономики до товаров и предметов повседневного быта;
- и наконец — самые узкие рамки — это последние 30 лет существования языка. Связано это с тем, что 30 лет считаются периодом активной жизни одного поколения, каждое поколение в силу изменений условий жизни с развитием общества вносит что-то свое, новое в язык, прежде всего в его лексический состав.

Типы лексики с точки зрения происхождения, времени и сферы употребления

Как мы уже поняли, изменение языка прежде всего проявляется в изменении лексического состава, то есть его словарного фонда.

Именно слова в нашей речи являются тем основным инструментом, который воздействует на собеседника. Поэтому надо очень хорошо ориентироваться в лексической системе языка, чтобы не допускать ошибок в подборе слов для грамотной и стилистически уместной речи.

Давайте представим себе все слова, имеющиеся в русском языке, в виде круга. Внутри этого круга выделим ядро — еще один круг. Ядро языка составляет **общеупотребительная** лексика — это лексика, понятная любому носителю языка вне зависимости от его возраста, рода занятий, образования, места, в котором он живет и т. п.

За пределами ядра — по периферии большого круга — мы расположим лексику необщеупотребительную, то есть такую, которая понятна не всем носителям языка, а только людям, объединенным по определенному признаку. Мы можем выделить 5 основных групп необщеупотребительной лексики в зависимости от сферы или времени ее употребления.

Диалектная лексика — лексика, употребляемая носителями диалектов, форм национального языка, на которых говорят жители определенной местности.

Диалект — разновидность национального языка, которая служит средством общения людей на определенной территории, значительно меньшей, чем вся территория распространения национального языка. Диалекты также называют территориальными говорами, или наречиями. Диалекты представляют собой наиболее архаичные и естественные формы языкового существования. Они складывались в период феодальной раздробленности как языки отдельных земель и княжеств, имеющих единую языковую основу. Территориальные диалекты существуют только в устной форме и служат для общедно-бытового общения. Каждый диалект характеризуется набором фонетических, лексических и даже грамматических особенностей.

В русском языке выделяют два основных диалекта — северный и южный.

Так как диалект — это разновидность национального языка, он представляет собой систему, в которой диалектные элементы, отличающие эту форму языка от литературной, существуют на всех уровнях: фонетическом, лексическом, грамматическом.

Основные их фонетические особенности заключаются в том, что в северном диалекте принято в области гласных так называемые «о'канье» и «э'канье» — то есть звуки [o] и [э] достаточно четко произносятся не только в ударной, но и в безударной позиции — и в области согласных произношение взрывного [ɣ]. Для южного диалекта характерно «а'канье» и «и'канье» — произношение всех безударных [o] и [э] как [a] и [u] соответственно — и произношение [ɣ] как щелевого звука, как украинского [ɣ] — звонкого варианта звука [x], такой звук обозначают обычно греческой буквой *гамма* или латинской буквой [h]. За литературную норму взято «и'канье» и «а'канье» из южного говора и взрывной [ɣ] из северного.

И, естественно, в говорах есть слова, непонятные носителям другого говора или литературного языка — диалектная лексика, или диалектизмы.

Например, носители северного говора употребляют слова *корец*, *корчик* в значении «ковш», «ковшик», слово *мост* в значении «сени», *баской* — красивый и т. п. А в южном диалекте говорят *гайдук* о высоком человеке или *жамка* о прянике, *синенькие* — баклажаны, *кавун* — арбуз.

Русские говоры имеют более мелкие разновидности, существующие на территории разных регионов России, например, уральский говор, рязанский говор и т. п. Слова, характерные для региональных говоров, называют регионализмами. Регионализмы предлагают разное наименование одного и того же предмета. Даже москвичи и петербуржцы не всегда понимают друг друга: о тонком облегающем свитере в Москве говорят *водолазка*, в Петербурге — *бадлон*; об одном и том же виде выпеченного хлеба в Москве говорят *батон*, а в Петербурге — *булка*; выступ, окаймляющий край тротуара или дороги в Москве называют *бордюром*, а в Питере — *поребриком*. В Екатеринбурге знают и то, и другое и считают синонимами, хотя в строительстве между этими терминами есть разница.

Жаргонная лексика, или **жаргонизмы**, — это слова, употребляемые в устном общении внутри определенной социальной группы. Совокупность жаргонизмов иногда называют жаргоном, хотя следует понимать, что жаргон характеризуется только особенностями лексики и не имеет собственной грамматической или фонетической системы. Жаргон служит средством распознавания «своих», знаком принадлежности к определенной социальной группе. Социальные группы, использующие жаргон, могут выделяться по разным основаниям — роду занятий, возрасту, пристрастиям — но наиболее яркими примерами жаргона являются, конечно, исторически сложившиеся жаргоны криминальных сообществ или маргинальных (деклассированных) групп. Исторически жаргон использовался как особый «тайный» язык бродячих торговцев, мошенников, воров и разбойников, которые употребляли непонятные для окружающих слова, чтобы сообщить друг другу важную информацию или договориться о чем-то так, чтобы этого не поняли «чужие». В русском языке такова была так называемая *феня*, *ботать по фене* — значило говорить на этом языке. Этот жаргон использовался вначале, видимо, в среде бродячих торговцев, разносчиков — коробейников, офеней, затем в воровской среде. Первое описание этой лексики можно найти уже в конце XVIII в. в «Словаре Академии Российской», а в середине XIX в. В. И. Даль составил достаточно подробный словарь офенско-русский и русско-офенский словарь. Позже в силу особенностей российской истории феня стала использоваться в языке криминалитета, в быту лагерей и тюрем и получила широкое повсеместное распространение. Редкому носителю языка незнакомы слова *шухер*, *шмон*, *блат*, *мазурик* и т. п., таким образом, многие жаргонные слова явно перешли в фонд общеупотребительной разговорной лексики.

Криминальный жаргон, как все в языке, развивается, последние десятилетия добавили в него новые слова и фразеологизмы: *жить по понятиям*, *забить стрелку*, *поставить на счетчик* т. п.

К жаргонизмам относится и лексика, употребляемая в среде наркоманов: *колеса* — наркотики, *подсесть* — получить зависимость, *догнать* — достичь эйфории и т. п.

Говоря о жаргоне, часто включают в его состав и сленг, хотя разница между ними заключается в том, жаргон возник как язык замкнутой социальной группы для тайного общения, а сленг, хоть представляет собой также лексику определенной социальной группы, но цель появления этих слов в языке другая — стремление к выразительности речи, и, кроме того, сленг очень быстро становится известным широко за границами социальной группы.

Так, молодежный сленг — яркий пример попытки найти новые формы выразительности речи: для выражения обычных понятий используются другие слова: либо уже имеющиеся в языке, но с новым значением (*ушлый*, *ушатанный* в значении «старый, потрепанный»), либо заимствованные, транслитерированные (*хаер* — прическа, волосы), либо вновь образованные от имеющегося в русском языке корня, но по другой словообразовательной модели (*родаки* — родители). В силу этого лексика в молодежном сленге имеет

небольшой срок «жизни», слово устаревает и выходит из употребления, как только теряет ощущение новизны и оригинальности: различные *классно, клево, круто, прикольно, офигенно* постепенно сменяют друг друга и уступают место новым и поэтому более выразительным. Употребить «устаревшее» в этом смысле слово молодежного жаргона в молодежной компании выглядит старомодным и неуместным.

В словарных статьях, описывающих значение жаргонной лексики, обычно ставится помета «*жарг.*».

Профессиональная лексика — лексика, понятная только представителям определенной профессии. Иногда можно встретить мнение, что профессиональную лексику тоже можно отнести к жаргонной, однако представляется более корректным рассматривать ее как самостоятельную группу необщепотребительной лексики.

Профессиональная лексика бывает двух типов: собственно профессиональная лексика и профессионализмы.

Профессиональная лексика представляет собой научные или технические термины: такие слова, как *супплетивизм* или *палатализация*, понятны только лингвистам, а *облитерация* и *гиперемия* — только врачам. К особенностям профессиональной лексики иногда относят также устойчивое ненормативное ударение в некоторых лексемах: у юристов *осУжденный* вместо нормативного *осуждЁнный*, *возбУждено* вместо *возбужденО*, у моряков *компАс* вместо *кОмпас* и др.

Профессионализмы — это слова из общепотребительной лексики, которые употребляются в другом, профессиональном значении. Например, в 60-е гг. физики-ядерщики называли синхрофазотрон *кастрюлей*, железнодорожники называют *башмаком* внешний тормоз, *дворниками* называют стеклоочистители у автомобиля, *мышью* — компьютерный джойстик.

Устаревшая лексика — это слова, которые непонятны всем носителям языка, потому что они уже выходят или совсем вышли из употребления. С этой точки зрения выделяются две группы устаревших слов: историзмы и архаизмы. Историзмами называются слова, вышедшие из употребления в силу того, что ушли из жизни людей реалии — предметы или явления реальной жизни, которые эти слова называли. Носитель современного языка не всегда ответит, что такое *кика* или *кика двурога* (женский нарядный головной убор), *конка* — городская конно-железная дорога (прообраз трамвая на конной тяге), с такими явлениями, как *вече*, *барщина* или *опричнина* мы знакомы только благодаря исторической литературе.

Историзмы могут использоваться также в художественной литературе, чтобы придать исторический колорит произведению.

Архаизмы — это слова, которые обозначают существующие реалии, но были заменены в силу разных причин другими словами. Ярким примером архаизмов служат названия частей тела человека: *десница* — правая рука, *шуя* — левая рука, *очи* — глаза, *лоб* — чело, *ланиты* — щеки и т. п. Архаизмы используют в художественной и публицистической речи с целью придать речи торжественность:

*Восстань поэт, и виждь, и немли,
Исполни волею моей,
И, обходя моря и земли,
Глаголом жги сердца людей!*

А. С. Пушкин использует с этой целью архаизмы *виждь* (смотри), *внемли* (слушай), *глагол* (слово) в своем стихотворении «Пророк».

В словарных статьях, объясняющих значение устаревших слов, обычно ставится помета «устар.».

Новые слова, или **неологизмы**, только входящие в язык, также не могут быть отнесены к общеупотребительной лексике, потому что понятны далеко не всем носителям национального языка. Неологизмы возникают в языке прежде всего благодаря появлению в жизни людей новых явлений, понятий, предметов. Массово неологизмы входят в язык при революционных переменах в обществе — так было в послереволюционной России в 20-х гг., так было в постперестроечной России в 90-х (недаром оба эти периода отмечены в хронологии развития языка как отдельные вехи), так происходит и с революционным прорывом в науке и технике, массово вводящим в быт людей всевозможные виды компьютерных устройств, доступность интернета, виртуального общения и т. п. Но важно понимать, что неологизм существует в языке очень непродолжительное время, пока не войдет в фонд общеупотребительной лексики. Так, слова, ставшие неологизмами в XX в., в наше время или входят в фонд общеупотребительной лексики (*колхоз*, *спутник*, *компьютер*, *киллер* и т. п.), или могут уже стать устаревшими (*реввоенсовет*, *нарком*, СССР и т. п.). Неологизмы могут быть как заимствованными словами, пришедшими вместе с заимствованным понятием из культуры другого народа (*гаджет*, *блог*, *блок-бастер*), так и созданными на базе исконных корней национального языка, как в свое время слова *самолет*, *вертолет*, *летчик* и др.

От неологизмов следует отличать **окказионализмы** — слова, выдуманные и употребленные автором художественных произведений в художественных текстах. В отличие от неологизмов окказионализмы не имеют тенденции войти в общеупотребительный фонд, они живут только в произведениях своего автора (*тяжелозвонкое (скаканье)* у Пушкина, *клёшить*, *вкресленный*, *выгрустить*, *многопудье* у Маяковского и др.) Исключения крайне редки, хотя случаются: окказионализм *робот*, созданный К. Чапеком, стал неологизмом, а затем прочно вошел в язык.

А теперь вернемся к общеупотребительной лексике — ядру лексического фонда национального языка. Его состав можно поделить на две части.

Одну его часть составляет литературная лексика.

Литературная лексика — это лексика современного русского литературного языка. Литературный язык — высшая форма национального русского языка, общий, исторически сложившийся язык, обработанный мастерами слова и потому принимаемый за образцовый. Литературная лексика отличается тем, что она может быть употреблена в любой ситуации, в любом стиле речи.

Разговорная лексика — это лексика, употребляемая в неофициальном, неформальном общении, преимущественно в устной речи.

Разговорную лексику можно разделить на собственно разговорную лексику и просторечие.

Собственно разговорная лексика служит целям выразительности речи, как и молодежный сленг, только при этом, в отличие от сленга, разговорная лексика является общеупотребительной и понятна всем носителям языка. Как правило, разговорные лексемы являются стилистическими синонимами литературных лексем. Так, например, у литературного

глагола *украсть* есть разговорные синонимы *стащить, стибрить, слямзить* и т. п. У литературного словосочетания *умный человек* есть разговорные синонимы *умница, голова, ума палата* и т. п.

Просторечная лексика — лексика, свойственная просторечию.

Просторечие — не закреплённая территориально устная речь людей, не владеющих нормами литературного языка. Просторечие обусловлено социально: его носители — это люди с невысоким уровнем образованности, ограниченным речевым опытом, отсутствием склонности к чтению и интеллектуальным занятиям. Другими словами, просторечие характеризуется набором языковых форм, нарушающих нормы литературного языка на всех уровнях в силу недостаточной грамотности говорящего. Иногда можно встретить мнение, что просторечие — это неграмотная речь именно горожан, но такая характеристика в современных условиях представляется не совсем корректной. Конечно, просторечные слова или формы слов «пришли» в городскую речь из деревни вместе с предками или другими родственниками городских жителей — носителей просторечия, а в деревне они часто относились к диалектной лексике. Однако в современном языке слова *ихний* или *ложить*, кем бы и где бы ни произносились, явно относятся к общеупотребительной просторечной лексике, понятной всем носителям национального языка.

Как мы только что отметили, просторечие отмечается на всех уровнях языка.

В фонетике просторечие проявляется в неверном ударении (*алфАвит, полОжить*), ненормативная твердость или мягкость согласных *телевизер, фанЭра*; в морфологии — неверные формы слов *ихний, ложить, начиналОся*, в форме мн. ч. *помидор, гектар* вместо нормативных «*помидоров*», «*гектаров*»; в синтаксисе — *с Москвы* (вместо *из Москвы*) *я согласная* (вместо *я согласна*), *обо всем интересуется* (вместо *всем интересуется*), *за ней соскучился* (вместо *по ней соскучился*) и др.

Особая черта просторечия — использование ложных знаков демонстрации культуры: уменьшительно-ласкательных образований (*звоночек, вопросик*), канцеляризмов (*данный* вместо *этот*, *жилплощадь* вместо *квартира*; *зеленые насаждения* вместо *деревья и кустарники*), эвфемизмов — слов и выражений, заменяющих необходимые слова и выражения и смягчающих, по мнению говорящего, их смысл (*кушать* вместо *есть* (о взрослом человеке) *отдыхать* вместо *спать*) и т. п.

Просторечной может быть и интонация, нарушающая нормативный интонационный рисунок.

В словаре в словарной статье у разговорных слов ставится помета «разг.» или «прост.».

И последнее: лексика всего фонда национального языка делится на **исконную** и **заимствованную**.

Исконная лексика имеет корни, изначально имеющиеся в языке.

Заимствованная лексика приходит в конкретный язык из других языков.

Заимствованная лексика входит частью (и иногда большей частью!) в каждую из лексических групп, о которых мы сейчас говорили. На протяжении всей истории русского языка он заимствовал слова из других языков вследствие культурных связей самого разного рода. В русском языке огромное количество заимствованной лексики, которую носители языка уже не осознают как заимствования — *магазин, карандаш, доктор, интерес* и т. п.

Присутствие заимствований необходимо для развития языка, однако несколько раз в истории русского языка «вал» иностранных слов, неоправданная массовая замена имеющихся русских слов иностранными вызывали беспокойство культурных слоев общества, которое заставляло их начинать борьбу за чистоту родного языка. Но эта борьба не всегда приносила желаемые результаты и, более того, тоже могла привести к нежелательным крайностям. Так, например, в первой половине XIX в. возникло движение славянофилов, считавших, что Россия должна идти своим самобытным историческим путем, выступавших против западных ценностей и в том числе против засилья французского языка в культурном обществе и массы заимствованных слов в русском языке. Известна фраза, которую приписывают их оппонентам, иллюстрирующая, во что может превратиться язык, если стараться любое заимствованное слово заменить словом с русским корнем: *«Грядет хорошилище по гульбищу с ристалища на позорище в мокроступах и с растопырккой»* — что должно было означать: *«Идет фронт по бульвару из цирка в театр в галошах и с зонтиком»*.

Заимствования — это совершенно естественный процесс, и есть несколько факторов, которые заставляют носителей языка принимать новое иностранное слово:

- заимствованное слово обозначает новое понятие, пришедшее в жизнь общества вместе со словом (телефон, компьютер, сайт);
- заимствованное слово короче, чем возможный русский аналог (*апгрейд* вместо *улучшение*, *(у)совершенствование*);
- заимствованное слово имеет дополнительное значение, которого нет у исконного синонима, и заменять его надо было бы словосочетанием или описательным выражением (*киллер* — не просто убийца, а наемный убийца).

Типы лексики с точки зрения соотношения формы и лексического значения

Имеет также смысл вспомнить о типах слов с точки зрения соотношения их лексического значения и формы.

Из школьного курса русского языка мы знаем о таких группах лексики, как синонимы, антонимы, омонимы и паронимы, но сейчас имеет смысл уточнить некоторые сведения о них.

Синонимы — это слова, разные по форме, но близкие по значению.

Синонимы делятся на языковые и речевые:

1) языковые синонимы — слова, семантическое сходство которых проявляется без контекста, потому что оно закреплено в самой системе языка. Оно фиксируется в словарях — лексемы могут определяться в словарных статьях друг через друга: *крепкий* — *прочный*, *лгать* — *обманывать*, *забастовка* — *стачка* и др.;

2) речевые синонимы — это слова, семантическое сходство которых проявляется только в контексте, поэтому их называют контекстуальными. Контекстуальные синонимы являются неполными, частичными, синонимичный признак может быть представлен в них с разной степенью полноты: *яблоки* — *плоды*; *маленький* — *крошечный*, *бурлит* — *кипит*, *черный* — *вороной* и др.

И языковые, и речевые синонимы могут иметь разную стилистическую окраску, относиться к разным стилям речи. Такие синонимы называют стилистическими: *есть*, *трапезничать*, *кушать*, *жрать*, *лопать*, *хавать*. К ним могут относиться и фразеологизмы: *лгать*, *дезинформировать*, *врать*, *свистеть*, *вешать лапшу на уши*, *знать пургу* и т. п.

Антонимы — это слова, разные по форме и противоположные по значению. Антонимы тоже можно разделить на языковые, заложенные уже в системе языка (*злой — добрый, спать — бодрствовать, любить — ненавидеть, вверх — вниз* и др.), и речевые, которые становятся антонимами только в контексте: *новый — обветшалый, настоящий — сказочный, робкий — гордый, золотой — медяк* и т. п.

Антонимы также могут быть стилистическими и фразеологическими: *мчаться — на ходу засыпать, работать засучив рукава — лодырничать, бить баклуши* и т. п.

Омонимы — слова, одинаковые по форме и разные по значению.

Омонимы делятся на несколько видов.

1. Собственно омонимы, или абсолютные омонимы — это слова одной части речи, которые и пишутся, и произносятся одинаково: *ключ* (родник) — *ключ* (в двери), *бор* (химический элемент) — *бор* (лес), *оклад* (рамка) — *оклад* (зарплата) и др.

2. Омофоны — слова, которые одинаково произносятся, но по-разному пишутся: *гриб — грипп, код — кот, луг — лук* и др.

3. Омографы — слова, которые пишутся одинаково, но произносятся по-разному, в основном благодаря разнице в ударении: *белкí — бѐлки, парíть — па́рить, писáть — пи́сать, передо́хнуть — передо́хнуть* и др.

4. Омоформы — проявление грамматической омонимии — разные грамматические формы одного слова или разных слов разных частей речи, совпадающие по форме: *женщины* (родительный падеж единственного числа существительного и множественное число именительного падежа), *мой* (притяжательное местоимение и глагол повелительного наклонения), *три* (числительное и глагол повелительного наклонения), *течь* (существительное и инфинитив глагола) и др.

Паронимы — это слова, которые имеют сходство по форме (звучанию и написанию), общие корни и общее в значении, но тем не менее отличающиеся и по форме, и по значению. Как правило, эти слова имеют разные суффиксы, которые придают и разные оттенки значения однокоренным словам: *искусный* (ловко и красиво сделанный) — *искусственный* (не природный, созданный человеком), *артистичный* (отличающийся артистизмом, артистическим талантом) — *артистический* (имеющий отношение к артистам, свойственный артистам), *ароматный* (имеющий аромат, приятно пахнущий) — *ароматический* (придающий аромат), *абонент* (владелец телефона, радиоточки или абонемент) — *абонемент* (право по договору пользоваться чем-нибудь за плату в течение обусловленного срока) и др.

Смешение паронимов является одной из самых частых речевых ошибок.

Лексика языка чутко реагирует на все процессы, происходящие в общественном сознании, и отражает как положительное, так и отрицательное, чем характеризуется общественное сознание в данный момент. Поэтому так важно внимательное, бережное отношение к слову, употребление слова в строгом соответствии с тем понятием, которое этим словом обозначается.

Вопросы и задания

1. Главным объединяющим фактором нации является:

- экономика;
- культура;
- язык;
- религия.

2. Лексика, понятная любому носителю языка вне зависимости от его возраста, рода занятий, образования, места, в котором он живет, — это _____ лексика.

3. Лексика, употребляемая в неофициальном, неформальном общении, преимущественно в устной речи, — это _____ лексика.

4. Не закрепленная территориально устная речь людей, не владеющих нормами литературного языка, — это _____.

5. Слова, которые имеют сходство по форме (звучанию и написанию), общие корни и общее в значении, но тем не менее отличающиеся и по форме, и по значению, — это _____.

Понятие лексической сочетаемости

Лексическая сочетаемость — это способность слова употребляться вместе с определенным кругом слов. Иногда это связано с некоторой общностью компонентов лексического значения (например, *моргать* в прямом значении можно только глазами, и в значении слова *моргать* уже заложен компонент значения «глаз»: словарь определяет значение слова *моргать* как «непроизвольно быстро опускать и поднимать веки; мигать; непроизвольно быстро закрываться и открываться (о глазах)»). В переносном значении можно моргать тем, что похоже на глаза, например, фарами. Сочетаемость в словосочетаниях *играть роль* и *иметь значение* тоже связаны семантически.

Но иногда сочетаемость закрепляется за словами традиционно, и с точки зрения современного языка нельзя понять, почему это произошло. В глагольно-именных оборотах совершить нападение, произвести осмотр, оказывать сопротивление, дать совет. Глаголы совершить, произвести, оказывать, дать в этих сочетаниях имеют одно и то же значение — дать совершиться действию, названному существительным, как и всегда бывает в глагольно-именных оборотах: напасть, осмотреть, сопротивляться, посоветовать. Эти глаголы не несут никакой особой смысловой нагрузки и по сути являются синонимами. Однако язык четко разграничивает сочетаемость этих глаголов (и существительных с глаголами) и не дает менять их местами в парах с существительными. Нельзя «совершить совет» или «производить сопротивление».

Кроме того, некоторые слова, помимо своего непосредственного лексического значения, имеют закрепленные за ними и ощущаемые всеми носителями языка позитивные или негативные ассоциации — коннотации.

Так, предлог *благодаря* имеет ярко выраженный положительный оттенок, поэтому не следует его использовать, если речь идет о негативном явлении: *не пришел на экзамен благодаря болезни*.

Понятие фразеологизма. Типы фразеологизмов

Фразеологизм — это устойчивое выражение, имеющее самостоятельное значение, которое не равно простой сумме значений слов, его составляющих.

Благодаря самостоятельному значению, фразеологизмы (их еще называют идиоматическими выражениями, идиомами) относят к лексическим единицам, несмотря на то, что они представляют собой словосочетания.

Устойчивые выражения делят на типы.

1. Составные наименования — это, как правило, термины: *лексическое значение*, *ацетилсалициловая кислота*, *ядерная реакция*, *коэффициент полезного действия* и др. Составные

наименования относятся к фразеологизмам условно, так как употребляются в речи в прямом значении. Составные наименования часто употребляются в научной и официально-деловой речи.

2. Глагольно-именные обороты — это словосочетания глаголов и существительных, в которых существительное употреблено в прямом значении, а глагол в переносном. Отличительной их особенностью является то, что они могут быть заменены одним словом — глаголом: *одержать победу* — *победить*, *отдать приказ* — *приказать* и др.

3. Фразеологические единства — словосочетания, основанные на переносе значения, но по их составу носителям языка понятно, как они образовались, мотивация их образования ясна: *положить зубы на полку*, *белая ворона*, *похож как две капли воды*, *засучив рукава*, *копаться в грязном белье* и др.

4. Фразеологические сращения — словосочетания, основанные на переносе значения, но их мотивация затемнена, носители языка уже не могут понять, как они образовались в силу того, что они очень древние или основаны на текстах священного писания или мифов: *собаку съест (на чем-либо)*, *бить баклуши*, *с бухты-барахты*, *валаамова ослица*, *авгиевы конюшни* и др.

Так как фразеологические единицы основаны на переносном значении, они употребляются в речи прежде всего как средства выразительности и поэтому используются в основном в разговорной, художественной или публицистической речи.

Русский литературный язык как основа концепции культуры речи

Литературная лексика составляет основу русского литературного языка. Литературный язык является универсальным средством общения для всего народа, носителем и выразителем его культуры. Это функция обеспечена основными качествами литературного языка, которыми не обладают ни диалекты, ни просторечные или жаргонные формы.

Литературный язык **нормирован**, то есть существует свод норм, правил, которые в нем кодифицируются (упорядочиваются и фиксируются) и затем сознательно культивируются. Подробнее о литературной норме мы поговорим чуть позже.

Литературный язык отличается **функциональной многогранностью**, то есть он способен обслуживать все сферы деятельности в любой ситуации вследствие наличия в нем системы функциональных стилей.

Нормированность литературного языка — признак его высокого развития, залог устойчивости, целостности и общепонятности. Таким образом, язык становится ценностью, и отношение к нему формируется соответственное, а ценностное отношение — это уже признак культуры, которая всегда стремится к отбору лучшего и его сохранению.

Понятие «литературный язык» не тождественно понятию «язык литературы». Литературный язык охватывает не только сферу искусства слова, но и тексты научного, делового, публицистического характера, ораторские выступления и разговорную речь образованных людей, составляет основу художественного творчества. Однако в языке художественной литературы с целью создания художественного образа могут быть использованы и нелитературные элементы (диалектизмы, жаргонизмы, просторечные вкрапления, индивидуально-авторские образования). В литературном языке складывается система стилей.

Таким образом, литературный язык — высшая форма национального языка, исторически сложившаяся на базе русской письменности и литературы образцовая, обработанная форма национального языка, обладающая:

- 1) богатым лексическим фондом,
- 2) упорядоченной грамматической структурой,
- 3) развитой системой стилей.

Это язык литературы, искусства, науки, государственных учреждений, школы, печати, радио и телевидения.

В отличие от всех остальных форм существования национального языка только литературный язык является универсальным средством делового общения.

С литературным языком тесно связано понятие культуры речи.

Культурой речи важно владеть всем, кто по роду своей деятельности связан с людьми, организует и направляет их работу, ведет деловые переговоры, вступает в деловое общение.

Что такое культура речи как наука?

До 20-х гг. XX в. этого момента всеми вопросами культуры речи, как правило, «занималась» риторика.

Риторика — филологическая дисциплина, объектом которой является теория красноречия, способы построения выразительной речи во всех областях речевой деятельности. Коротко риторику называют наукой красноречия, ораторского искусства.

Риторика — одна из древнейших наук, она существует уже более 2500 лет, ею активно занимались еще в античности.

Существует легенда о происхождении риторики, согласно которой Юпитер, видя несовершенство речевого общения людей, бесконечные распри и ссоры, повелел Меркурию дать людям теорию красноречия, то есть риторику.

В древней Греции, потом в древнем Риме и позже в средневековой западной Европе был круг учебных наук, обязательный для изучения культурным человеком. Он назывался «семь свободных искусств». В него входило изучение таких наук, как музыка, арифметика, геометрия, астрономия, грамматика, диалектика (наука об умении вести спор) и риторика. Все остальные науки считались обязательными лишь для специалистов.

Культура речи как наука появилась в России в 20-х гг. XX в. Ее появление было вызвано спецификой именно русского языка (такой дисциплины нет в области филологических наук в отношении других языков мира) и необходимостью дополнить риторику сведениями о норме употребления языковых единиц. Позже в круг задач культуры речи вошло целеполагание: культура речи призвана была способствовать эффективности речевой коммуникации, другими словами, обществом была признана необходимость учиться пользоваться языковыми средствами в целях построения речи, максимально способствующей конструктивному общению в разных ситуациях.

Таким образом, существует **узкое** и **широкое** понимание культуры речи как науки.

Культура речи в узком понимании — это владение нормами устного и письменного литературного языка (правилами рекомендованного произношения, ударения, грамматики, словоупотребления).

Культура речи в широком понимании представляет собой выбор и организацию языковых средств, которые в определенной ситуации общения при соблюдении современных

языковых норм и этики позволяют обеспечить наибольший эффект в достижении поставленных коммуникативных задач.

В современной науке нет четкого разделения между риторикой и культурой речи как филологическими дисциплинами, так как они имеют общее в задачах: научить использовать языковые и речевые средства с целью сделать речевую коммуникацию наиболее эффективной.

Однако следует понимать, что между ними существует разница в рассматриваемом предмете изучения: культура речи прежде всего рассматривает языковые нормы и речевую грамотность, а риторика концентрирует внимание на средствах языковой и речевой выразительности. Эти две дисциплины дополняют друг друга, при этом риторика может входить частью в курс культуры речи.

Знания и навыки, получаемые в процессе обучения культуре речи, называются речевой культурой.

Понятие **речевой культуры** включает в себя три основных аспекта:

- нормативный,
- коммуникативный,
- этический.

Нормативный (ортологический) аспект (ортология — наука о правильной речи, о языковых нормах и их изменении).

Культура речи в ортологическом аспекте — владение нормами устного и письменного литературного языка, т. е. правилами произношения, ударения, грамматики, словоупотребления.

Нормы закреплены в словарях. Наиболее авторитетными являются словари, изданные Академией наук в издательстве «Русский язык».

Коммуникативный аспект речевой культуры рассматривает особенности функционирования языковых средств в зависимости от сферы, ситуации, задач и жанра речи.

Этический аспект речевой культуры представлен речевым этикетом.

Речевой этикет — совокупность форм учтивости/вежливости, которые служат для установления контакта собеседников и поддержания общения в нужной тональности (без чего нормальный умственно и эмоционально человек обойтись не может), или, проще говоря, это система устойчивых формул общения.

Речевой этикет изучает специальные речевые средства регулирования социальных и межличностных отношений:

- речевые этикетные формулы,
- этикетные тексты и правила их использования,
- правила речевого поведения.

Этикет и речь связаны. К средствам передачи этикетной информации относятся:

- словесные этикетные знаки;
- речевой этикетный стереотип (самые употребительные стереотипы — стереотипы приветствия и прощания);
- несловесные этикетные знаки (голос, движения, жесты, мимика).

Этикетные нормы поведения носят национальный характер. То, что является знаком уважения в европейских странах, например, при встрече поинтересоваться здоровьем супруга и близких, в мусульманских странах может быть воспринято как оскорбление.

Таким образом, **речевая культура** — это использование средств и возможностей языка, адекватных содержанию, обстановке и цели высказывания при соблюдении языковых норм.

Вопросы и задания

1. Исторически сложившиеся правила речевого использования, признанные обществом как образцовые, — это _____.

2. Типы языковой нормы:

- 1) орфоэпические и акцентологические;
- 2) словообразовательные;
- 3) лексические;
- 4) грамматические (морфологические и синтаксические);
- 5) политические;
- 6) экономические;
- 7) социальные.

3. В России культура речи как научная дисциплина возникла в

- 1) середине XX в.;
- 2) 20-е гг. XX в.;
- 3) конце XIX в.;
- 4) середине XIX в.

4. Филологическая дисциплина, объектом которой является теория красноречия, способы построения выразительной речи во всех областях речевой деятельности, называется

- 1) риторика;
- 2) диалектика;
- 3) культура речи;
- 4) грамматика.

5. Понятие «речевая культура» включает три основных аспекта:

- 1) этический;
- 2) эстетический;
- 3) правовой;
- 4) нормативный;
- 5) коммуникативный.

ТЕМА 2. ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ СТИЛИ РУССКОГО ЛИТЕРАТУРНОГО ЯЗЫКА

Понятие стиля. Стилистическая маркировка

Стиль — сложное, многозначное понятие, используемое многими науками. В самом широком смысле — это совокупность особенностей формы какого-либо объекта. Стиль присутствует во всех видах искусства (стиль классицизма, романтизма и т. п.), говорят также о стиле одежды, стиле жизни, стиле работы, стиле поведения и даже о стиле эпохи.

Слово «стиль» происходит от греческого *стилос* — палочка для письма. В древности и в средние века писали стержнем из металла, кости, дерева. Один конец стержня был заостренным, им писали на сырых глиняных плитках, на вощеных дощечках, на коре деревьев; другой — в виде лопаточки, им, повернув стержень — «стиль», стирали неудачно

написанное. Чем чаще поворачивали стиль, тем требовательнее был автор к своему сочинению, тем лучше, совершеннее оно получалось. Отсюда выражение, которое приписывают древнегреческому поэту Горацию: «Часто перевертывай стиль» — то есть чаще исправляй, совершенствуй написанное.

В общение люди вступают с разными целями, происходит общение в разных условиях, с разными людьми. Для того чтобы общение было успешным, необходимо принимать во внимание все эти факторы и использовать для каждого случая коммуникации подходящие, целесообразные речевые средства, то есть строить свою речь в том или ином стиле.

Термин «стиль» имеет различную трактовку.

Во-первых, он может быть соотнесен с речевой манерой личности, отдельного конкретного человека, разновидностью национального языка в его индивидуально присвоенном, творчески преломленном речевом виде. Проявляется эта речевая манера во всех сферах деятельности и при разных речевых намерениях индивида, но в первую очередь — в сфере языкового творчества. Чаще изучается индивидуальный стиль как язык писателя (язык Пушкина, стилистическая манера Толстого), но своеобразие речи характерно для каждого человека, хотя и в меньшей степени.

Во-вторых, под словом «стиль» понимают разновидности средств национального языка, которые традиционно закреплены за наиболее общими сферами социальной жизни, объективно отражают в себе историю развития языка и даже социальный статус того или иного способа речевого общения, связаны с массовым составом носителей языка. То есть речь идет о закрепленных в языке объективных возможностях создавать разные типы речевых коммуникаций в зависимости от условий и целей общения.

Из этого определения мы видим, что оценка и классификация стилей речи может быть проведена по разным основаниям.

Великий русский ученый М. В. Ломоносов, кроме своих достижений в естественных науках, занимался также упорядочением лингвистических знаний о русском языке, положил начало созданию русской научной грамматики, основ русской риторики и поэтики.

Опираясь на «Теорию трех штилей» Ломоносова, в русской речи выделяют:

1) **высокий**, или **книжный** стиль: его отличает торжественность, значимость речи, в нем часто используются устаревшие слова, церковнославянская лексика, и сам этот стиль восходит к общеславянскому литературному языку средневековья — церковнославянскому языку. Высокий стиль используется в художественной и публицистической речи и имеет целью эмоциональное влияние на слушающего;

2) **нейтральный** стиль: он не связан с определенной сферой деятельности, целью и особенностями общения, может использоваться в любой речевой ситуации;

3) **сниженный**, или **разговорный**: этот стиль обслуживает прежде всего бытовое неформальное общение, им активно владеют практически все члены общества.

В соответствии с этими тремя стилями каждое слово в языке имеет стилистическую маркировку: высокую (книжную), нейтральную или сниженную (разговорную). Эта маркировка не зависит от воли или желания конкретного говорящего, и ее легко определить, потому что она фиксируется в словарях. Слова с книжной или сниженной маркировкой имеют в словаре помету *книжн.* или *разг.* соответственно. Если у слова нет такой пометы, оно имеет нейтральную стилистическую маркировку.

Термин «функциональный стиль» подчеркивает, что разновидности литературного языка выделяются на основе той функции, которую выполняет язык в каждом конкретном

случае. Литературный язык, обслуживая все сферы коммуникации, вырабатывает наиболее целесообразные для каждого вида коммуникации языковые средства. Функциональные стили — наиболее крупные речевые разновидности литературного языка, исторически сложившиеся в зависимости от вида человеческой деятельности и формы общественного сознания, а также целей, адресности, содержания и условий речевого общения.

Как разновидности литературного языка функциональные стили ориентированы на нормы и стандарты.

Стили поддерживаются традицией. В традиционности стилей можно выделить объективную и субъективную составляющие. Объективно стиль существует, потому что общество, говорящее на данном языке, выработало такие способы общения, которые являются наиболее удобными для передачи информации данного типа. С другой стороны, человек как субъект языка требует от других соблюдения традиции, следования стилистическим нормам.

С преподавателем в учебной аудитории или даже в коридоре университета студенту нельзя разговаривать так, как он разговаривает дома с родителями, а употребление в речи с другом сдержанного официально-делового тона и лексики является средством выразить обиду и охлаждение дружеских чувств.

Итак, наша речь в официальной обстановке (выступление на научной конференции, на деловом совещании, на учебном занятии) отличается от той, которая используется в неофициальной обстановке (разговор за праздничным столом, дружеская беседа, бытовые домашние диалоги). В зависимости от целей и задач, которые ставятся и решаются в процессе общения, происходит отбор различных языковых средств. В результате создаются разновидности единого литературного языка, называемые функциональными стилями.

Функциональный стиль — это разновидность национального языка, представляющая собой относительно замкнутую систему языковых средств и правил их употребления, которые регулярно используются в той или иной сфере человеческой деятельности.

Большинство современных исследователей считает, что стили в языке выделяются на основе совокупности факторов:

- а) цели речевого произведения;
- б) его темы и жанра;
- в) ситуации общения или сферы функционирования;
- г) индивидуальности говорящего или пишущего.

Проще говоря, выбор стиля речи зависит от того, с кем, о чем и зачем человек говорит.

Вопросы и задания

1. По М. В. Ломоносову различают стили:

- 1) международный;
- 2) нейтральный;
- 3) высокий (книжный);
- 4) деловой (официальный);
- 5) сниженный (разговорный).

2. Относительно замкнутая система языковых средств и правил их употребления, которые регулярно используются в той или иной сфере человеческой деятельности, — это

Общая характеристика функциональных стилей русского литературного языка

В современной стилистике — науке, занимающейся изучением стилей, — выделяют пять функциональных стилей речи: художественный, публицистический, научный, официально-деловой и разговорный.

О художественном, публицистическом, научном и официально-деловом стилях можно говорить как о литературных стилях, противопоставляя их разговорному стилю, они реализуются прежде всего в формах письменной речи. В устной речи формируется разговорный стиль. Однако существующая устная публицистическая речь, язык радио, кино, телевидения относятся к устной речи внутри книжной. Эпистолярный стиль (частная переписка) — это письменная речь внутри разговорной. То же можно сказать о научном стиле, для которого характерны и устные формы реализации, например, лекция, доклад, сообщение).

Каждый функциональный стиль представляет собой сложную систему, охватывающую все языковые уровни: произношение слов, лексику и фразеологию, морфологические средства и синтаксические конструкции.

Стили, будучи формами одного языка, отличаются друг от друга частично, им свойственны как общие черты, так и специфические.

Таким образом, каждый стиль речи характеризуется сферой употребления, жанрами речи, функцией (коммуникативной задачей — целями воздействия на воспринимающих речь), преимуществом существования в письменной или устной форме, особенностями лексических и синтаксических средств. В каждом стиле могут выделяться подстили.

Художественный стиль речи

Этот стиль обычно называют стилем художественной литературы.

Он имеет подстили: поэтический, прозаический, драматургический, существует по преимуществу в письменной форме.

Функция его может быть определена как эстетическая и заключается в эмоциональном воздействии на читателя. Этот стиль отличается богатством лексических и синтаксических средств, различных средств художественной выразительности, а также вкраплением языковых средств других функциональных стилей, которые в художественном произведении подвергаются эстетической трансформации и выполняют определенные художественные задачи.

Факты вкрапления в художественные тексты языковых средств других функциональных стилей иногда смущают лингвистов и приводят к тому, что функционально-стилевой статус языка художественной литературы вызывает споры: причислять ли его на общих основаниях к функциональным стилям речи или считать особым явлением, более богатым, чем функциональный стиль, поскольку эта форма литературного языка включает элементы всех разновидностей национального языка. Иначе говоря, для своих целей (создания образа, речевой характеристики героя и т. д.) автор художественного текста может использовать все многообразие языка, включая и нелитературные элементы — диалекты, профессионализмы, просторечие, жаргоны и т. д.

Однако очевидно, что вкрапления элементов иных стилей речи в художественный текст являются особым средством художественной выразительности.

Публицистический стиль речи

Подстили:

- 1) ораторский;
- 2) журнальный;
- 3) газетный;
- 4) тележурналистский (и радиожурналистский);
- 5) агитационный;
- 6) рекламный.

Это прежде всего стиль публичных выступлений или статей на актуальные социальные, политические, экономические и другие вызывающие общественный интерес темы.

Отличительной его особенностью является непосредственное обращение автора к читателю или слушателю с целью убедить его в правдивости или состоятельности излагаемой точки зрения, вызвать определенное отношение к предлагаемой слушателю информации.

По богатству и выразительности языковых средств он похож на художественный, но в некоторых его подстилях — газетном, теле- и радиожурналистском, рекламном — могут использоваться стандартные клише — речевые штампы (*не сходят со страниц; резкая критика; неуклонный рост; равновесие сил; упорный труд* и т. п.). Такие стандартизированные речевые средства помогают быстро передавать информацию, экономить усилия, оперативно откликаться на события.

Научный стиль речи

Подстили:

- 1) собственно научный (его цель — строгое, доказательное изложение сущности явлений, их систематизация; адресат — ученые, деятели науки);
- 2) учебно-научный (помимо основной цели, существует дополнительная — профессионально приобщить адресата к науке, адресат — лицо, желающее освоить данную науку).

Жанры: научные доклады, научные статьи, тезисы, монографии, диссертации, учебники, энциклопедии, словари.

Функцию научного стиля можно определить как информативную.

Научные тексты отличаются обилием профессиональной лексики — многочисленных научных и технических терминов. Синтаксические средства подбираются с целью обеспечить логичность изложения, ясность, точность, однозначность выражения мысли, аргументированность мнения. Этому способствует особая композиция текста (посылка, рассуждение, вывод), стройность и лаконичность синтаксических конструкций, частое использование вводных слов и словосочетаний со значением упорядочивания логики высказывания (*во-первых, во-вторых, итак, таким образом, с одной стороны, с другой стороны* и др.).

Официально-деловой стиль речи

Официально-деловой стиль речи называют еще канцелярским. Это стиль деловых бумаг самого разного рода.

Подстили:

1. **Собственно официально-деловой (канцелярский)** подстиль регламентирует отношения в экономической, правовой, повседневно-бытовой жизни человека.

Жанры: акт, распоряжение, приказ, деловое письмо, повестка, заявление, автобиография, объяснительная записка, доверенность, расписка и т. д.

2. **Юридический** подстиль связан с деятельностью высших органов государственной власти, используется в законодательстве и судопроизводстве внутри государства.

Жанры: конституция, кодекс, закон, указ, постановление и др.

3. **Дипломатический** — связан с государственными международными отношениями, т. е. функционирует на внешнеполитической арене.

Жанры: международный договор, верительная грамота, нота протеста, коммюнике, декларация и т. д.

Функции:

- 1) фиксация правовых отношений (свод законов, нормативные акты, договоры, контракты и др.)
- 2) императивная (приказ, постановление, распоряжение, заявление, пожелания, предложения и др.)
- 3) информативная (информационные служебные письма, служебные записки, отчеты, справки, объяснительная записка и др.)

Интересно, что зарождение русской официально-деловой речи происходило в X—XI вв. одновременно с появлением и распространением в Киевской Руси письменности. Связано оно с оформлением договоров между Киевской Русью и Византией. Первые документы Киевской Руси — это договоры с Византией.

В XI в. появляется первый свод законов Киевской Руси «**Русская правда**». Уже в этом документе можно найти характерные черты делового стиля:

- высокая терминологичность (*голова* — *убитый*, *послух* — *свидетель*, *вира* — *штраф*);
- преобладание сложносочиненных предложений над сложноподчиненными;
- преобладание среди сложноподчиненных предложений конструкций с придаточными условными с союзом *аще* — *если*).

В те времена появилась форма составления договоров: «Грамота Великого князя Мстислава Володимировича и его сына Всеволода 1130 года» начинается словами: «Се азъ...» — «Вот я...», а заканчивается специальной формулой, в которой указывается, кто был свидетелем сделки, и кто скрепил грамоту своей подписью.

В качестве основных стилистических признаков современного официально-делового стиля речи, объединяющих все три подстиля, можно выделить следующие особенности деловых текстов. Их отличает:

- 1) преимущественно письменная форма изложения;
- 2) высокая степень стандартизованности лексических и синтаксических средств: в рамках каждого жанра документа действует особая модель построения текста; в текстах присутствует огромное количество стандартных клише, так называемых канцеляризов — слов, словосочетаний, целых предложений, что позволяет строить текст таким образом, чтобы при его толковании не возникало разночтений;
- 3) официальный характер и строгость изложения: использование слов в их прямом значении, отсутствие образности, средств выразительности, эмоционально-экспрессивной лексики, предпочтительное употребление простых, однозначно трактуемых синтаксических конструкций;
- 4) информативная насыщенность: передача максимума информации минимальным количеством языковых средств.

Характеристика разговорного стиля

Разговорный стиль — стиль неформального общения. Его стихия — устная неформальная речь.

Подстили:

- 1) обиходно-бытовой;
- 2) обиходно-деловой;
- 3) эпистолярный (частная переписка).

Функции:

- 1) информативная;
- 2) эмотивная (эмоционального воздействия на собеседника).

Отличительными признаками стиля является установка на неформальность общения, поэтому разговорная речь характеризуется большей свободой выражения, в ней могут быть самоперебивы, отклонения от нормы. В бытовой сфере, в неформальном общении реализуется потребность человека выразить всю гамму эмоционально-оценочного отношения к миру, к людям.

Лексические средства: обилие разговорной лексики, часто экспрессивно-эмоциональной, что придает речи наглядность и образность.

Синтаксические средства: особый порядок слов, огромное количество неполных предложений, бессоюзные предложения, в которых смысл устанавливается с помощью интонации, темпа речи.

В общем для разговорного стиля характерны лаконизм, экономия речевых средств.

— *А где мои книги / тут лежали?* (высказывание распадается на два центра, пропускается компонент *которые тут лежали*; слова, несущие основную информацию, выдвигаются в начало высказывания и подчеркиваются фразовым ударением и интонацией).

Вопросы и задания

1. Что означает слово «стиль» в узком значении?
2. Что такое функциональный стиль?
3. Какие стилеобразующие факторы выделяют стилисты?
4. Наука, занимающаяся изучением стилей, называется _____.
5. Функциональные стили речи: _____, официально-деловой, публицистический, художественный и разговорный.
6. Зарождение русской официально-деловой речи начинается в _____ вв., во времена Киевской Руси, когда на Руси появилась письменность.

ТЕМА 3. НОРМЫ ЛИТЕРАТУРНОГО ЯЗЫКА КАК ОСНОВА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ РЕЧИ

Понятие языковой нормы

При изучении темы важно понимать, что языковые нормы — явление историческое. Их появление обусловило формирование в недрах национального языка обработанные и письменно закрепленные разновидности языка литературного. Национальный язык — общий язык нации, он неоднороден. Он включает все разновидности языка: территори-

альные и социальные диалекты, просторечия, жаргоны, литературный язык. Высшей формой национального языка является литературный — язык нормированный, обслуживающий культурные потребности народа, язык художественной литературы, печати, радио, телевидения, театра, государственных учреждений.

Языковая норма — это совокупность правил использования речевых средств в определенный период развития литературного языка, то есть правил произношения, словоупотребления, использования традиционно сложившихся грамматических, стилистических и других языковых средств, принятых в общественно-языковой практике.

Норма характеризуется относительной устойчивостью, распространенностью, общепотребительностью, обязательностью.

Однако норма не догма, раз и навсегда устоявшаяся и застывшая. За норму принимается употребление, которое отвечает определенным условиям в определенный период развития языка.

Нормы формируются под влиянием литературного творчества и речевой практики нации. Филологи отслеживают норму и ее развитие, анализируя художественные произведения классических и современных авторов, речь средств массовой информации, данные живого употребления, анкетных опросов, научные исследования лингвистов. Норма меняется с течением времени. Так, слово *феномен* ранее имело нормативное ударение на последнем слоге, а сейчас произношение *феномЕн* считается устаревшей нормой, а актуальная норма — *фенОмен*, произношение твердого [р] в слове *крем* в 30-е гг. XX в. сменилось произношением мягкого [р'] в современном языке и т. п.

Тем не менее нормы кодифицируются для определенного периода времени, то есть описываются, закрепляются как образец в словарях, справочниках, учебниках. Нормативность считается фундаментом речевой культуры. Говорят, что язык создает народ, а не филологи, однако филологи отслеживают и сохраняют языковую литературную норму.

Норма обязательна как для устной, так и для письменной речи и охватывает все стороны языка.

Итак, **норма языковая**, или **норма литературная**, — исторически сложившиеся правила речевого использования, признанные обществом в данный период развития языка образцовыми.

Типологии языковых норм

Норма охватывает все уровни языка, и в соответствии с этим выделяются следующие типы норм:

- орфоэпические;
- словообразовательные;
- лексические и фразеологические;
- грамматические (морфологические и синтаксические);
- орфографические;
- пунктуационные.

Данная классификация удобна для группировки норм на основе привычного языкового деления. Она используется при **кодификации** норм, т. е. их систематизированном научном описании в специальной литературе, которая создает возможность их дальней-

шего укрепления и использования. Так, культурно-речевые словари, как правило, отражают определенный тип норм или группу сходных по материалу типов: орфоэпический словарь, словарь ударений, словарь грамматических трудностей и др.

Классификация норм проводится и по другим основаниям, например, в литературном языке по степени обязательности для говорящего. Различаются нормы **императивные** (строго обязательные) и **диспозитивные** (не строго обязательные, вариантные, связанные с определенными условиями использования вариантов).

Императивная норма регламентируется характеристикой «правильно — неправильно», «нужно — нельзя». Из двух вариантов употребления языковой единицы один является верным, а другой ошибочным (например, нужно: *крас^ивее, их дело, кладет* — нельзя: *красив^ее, ихнее дело, ложит*).

Диспозитивная норма (вариантная) допускает вариантность, регламентируя несколько способов выражения языковой единицы (например, *чашка чая* и *чашка чаю*). Такое положение объясняется изменчивостью нормы, приводящей к появлению в языке вариантов и их конкуренции в течение определенного периода времени. Кроме того, диспозитивная норма предусматривает возможность выбора между двумя вариантами: общеупотребительным и характерным для более узкой сферы употребления, например, книжной, разговорной, профессиональной. Применительно к этой норме действует принцип «лучше — хуже»: так, например, в разговорной речи лучше употребить слово *картошка*, а в официально-деловой или научной — *картофель*.

Норма способствует единству и устойчивости литературного языка, однако, как и язык в целом, она развивается, меняется. Изменения, как правило, касаются отдельных фактов. Так, «Русская грамматика» 1980 г. признала возможность употребления слова *кофе* как существительного среднего рода в качестве варианта нормы — до этого времени норма была единой императивной, признававшей *кофе* только как существительное мужского рода. А сейчас *кофе* среднего рода зафиксировано в словарях и справочниках в качестве разговорной лексической единицы. Это означает, что такой вариант словоупотребления допустим в неформальном общении, но не может быть использован в иных ситуациях, например, в **деловом общении**. Тут необходимо употреблять традиционно нормативный вариант — *крепкий горячий кофе*.

Итак, рассмотрим подробнее языковые нормы и их типичные нарушения, то есть ошибки, часто встречающиеся в речи.

Орфоэпические нормы

Орфоэпические нормы определяют правила произношения.

Орфоэпические нормы подразделяются на два подвида норм:

- акцентологические нормы, регламентирующие правила ударения в словах;
- нормы, определяющие звуковой состав слова, произношение отдельных звуков самих по себе и в определенных позициях, а также их сочетаний в словах.

Акцентологические нормы

Особенность русского ударения в том, что оно является свободным, или разноместным, т. е. нефиксированным — может падать на любой слог в слове, оно не закреплено за конкретным по счету слогом, как например, во французском языке, где ударение падает

на последний слог, или в испанском — на предпоследний, и подвижным, то есть в разных формах одного и того же слова оно может падать на разные слоги.

Ударение очень важно в русском языке. Оно может выполнять различные функции:

- а) смыслоразличительную, то есть отличать друг от друга разные лексемы: *хлопок* — *хлопок*, *замок* — *замок*, *мука* — *мука*, *белки* — *белки*, *передохнуть* — *передохнуть* и т. п. (такие слова называются омографами — словами, которые совпадают в написании, но различаются в произношении, и в русском языке они чаще всего различаются именно ударением);
- б) указывать на различные грамматические формы одного слова: *нет дома* — *большие дома*, *у стены* — *белые стены*;
- в) различать однокоренные части речи: заниматься *бегом* — пуститься *бегом*, *сушу* на солнце — *выбрался* на *сушу*.

Ударение усваивается вместе со словом подобно тому, как усваивается значение слова и его грамматические формы.

Диспозитивная норма предполагает варианты ударения в некоторых словах как варианты нормы.

В русском языке существуют слова с допустимым ударением в разных частях слова — **акцентологические варианты**. Они могут быть:

- 1) равноправными, например, *творог* — *творог*, *ягодицы* — *ягодицы*;
- 2) неравноправными, когда один из них является предпочтительным, а другой дополнительным, чаще разговорным или небытовым вариантом: например, *баржа*, *кирзовый* и разговорные *баржа*, *кирзовый*, общеупотребительное *прикус* и устаревшее *прикус*, *шелковый* и поэтическое *шелковый*, *осуждённый* — профессиональное *осуждённый* и др.

В русском языке насчитывается более 5 000 общеупотребительных слов, в которых зафиксированы колебания ударения.

Следует обратить особое внимание на нормативное ударение в следующих словах, так как в их произношении наиболее часто допускают ошибки.

В существительных: *апартаменты*, *банты*, *бармен*, *газопровод*, *диспансер*, *договор*, *жалюзи*, *каталог*, *некролог*, *мосты*, *обеспечение*, *отрочество*, *приговор*, *пуловэр*, *торты*, *туфля*, *свёкла*, *ходатайство*, *шасси*, *щавель*, *эксперт*.

При нормативном ударении допускаются варианты (второй менее желателен, но все-таки находится в пределах нормы): *гренки* и дополнительное *гренки*, *камбала* и дополнительное *камбала*, *кулинария* и дополнительное *кулинария* и др.

В прилагательных: *валовой*, *зубчатый*, *кухонный*, *обетованный*, *оптовый*, *слововой*, *свестливый*, *украинский*, *уставный*, *цеховой*.

Допускаются варианты в произношении следующих прилагательных: *мизерный* и *мизерный*, *минусовый* и *минусовый*, *мускулистый* и *мускулистый*, *хóлений* и *холёный*.

Надо быть внимательными в тех случаях, где ударение является смыслоразличительным: *переходный* (возраст) и *переходный* (мост), *призывный* (звук) и *призывный* (возраст), *развитый* (интеллект) и *развитый* (тезис или локон), *характерный* (актер) и *характерный* (признак), *языковый* (фарш) и *языковой* (факт).

Часто допускают ошибки в следующих глаголах: *ходатайствовать*, *включит*, *звонит*, *позвонит*, *углубить*.

Нормативный звуковой состав слова

Эти нормы регламентируют звуковой облик слова, произношение отдельных звуков самих по себе и в определенных позициях, а также сочетания звуков в словах.

Произношение гласных звуков

Произношение гласных в русском языке определяется их ударной или безударной позицией. Под ударением гласный находится в сильной позиции и звучит почти в два раза длиннее, чем гласный в безударной позиции. Безударные гласные находятся в слабой позиции и видоизменяются.

В русском языке является нормой отсутствие звуков [o], [э] в безударной позиции. Упрощенно говоря, все безударные [o] переходят в варианты звука [a], безударные [э] в варианты звуков [и] или [ы]: [*малако́, го́рад, шипта́т', шивилу́ца*]. «Оканье» и «эканье» являются диалектными (севернорусскими) и просторечными элементами речи и, конечно, нежелательны в речи делового человека. Также непрезентабельно выглядит речь с чрезмерной редукцией (сокращением) гласных звуков. Эта особенность характерна для уральской речи. При этом сохраняется легкое оканье и повышение интонации в конце фраз. Всё это выглядит как просторечие и портит впечатление от речи говорящего человека.

Кроме того, важно, что все безударные [a] после мягкого согласного произносятся как [и]: [*чисы́, пита́к, пи́дися́т*].

Произношение согласных звуков

Прежде всего литературной орфоэпической нормой является произношение взрывного [г] в отличие от южнорусского щелевого [γ].

Важным является твердое или мягкое произношение согласных звуков.

В русском языке существует явная тенденция к смягчению согласных даже в заимствованных словах, однако продолжают произноситься твердо согласные перед [э] в конечном слоге в словах *альтернатива, аутсайдер, бартер, бестселлер, бизнесмен, декаданс, интеграция, компьютер, критерий, лотерея, модель, резюме, реноме, сонет, тезис, темп, тенденция, интервал, энергия* (словари в 1980-х гг. предлагали произносить это слово как [ин'эрг'ија], но такое произношение не прижилось). Однако мягко произносятся согласные перед [э] в словах *шинель, фанера, крем, кредо*, а также в словах *афера, декан, бытие, опека, агрессия, академия, брюнет, гипотеза, дебют, депо, дефис, музей, патент, рейс, сейф, стратег, термин, террор, юриспруденция* и др.

Допускаются и твердое, и мягкое произношение согласного перед [э] как варианты нормы в словах *депо, крейсер, крекер, нейрохирург* и некоторых других.

Звуковой облик слова

1. Есть слова, в отношении которых в силу разных причин фонетического характера (как правило, существующих в языке активных фонетических моделей лексических единиц) сложились массовые ошибочные представления об их звуковом облике, то есть об их фонетическом составе: люди, произнося такие слова, меняют, добавляют отсутствующие или изменяют существующие гласные или согласные звуки и т. п.

Нужно помнить о том, как произносятся следующие слова: *афера*, *бюллетень* (*бюллетеня*, *бюллетеней* и т. п.), *бессребреник*, *военачальник*, *дерматин*, *дикобраз*, *инцидент*, *компрометировать*, *констатировать*, *почтамт*, *прецедент*, **чрезвычайный**, **чрезмерный** и др. Любопытно, что слова *галоши* и *калоши* допустимы как равноправные варианты нормы.

2. В русском языке можно выделить несколько случаев различия в произношении и написании комбинаций звуков и обозначающих их букв:

- во всех финальных *ого* и *его* [ɐ] меняется на [в]: [*бал'шóва*], [*ивó*], [с'ивóдн'а] и др.;
- сочетания *-тся* и *-ться* читаются как *-ца*: *заниматься* [*занимáца*], *занимается* [*занимáица*];
- выпадение одного согласного звука в скоплении согласных (так называемые непронизносимые согласные) происходит в сочетаниях *-стн-*, которые читаются как [сн]: *лестница* [л'эсн'ица], *прелестный* [пр'ил'эсн'ый];
- *-рди-* читается как [ри]: *сердце* [с'э́рцэ];
- *-лнц-* читается как [нц]: *солнце* [сó́нцэ].

В произношении сочетания *-чн-* в течение XX в. произошли изменения: по нормам 1935—40-х гг. сочетания букв *-чн-* во всех словах читались только как *-шн-*. Современная норма диктует произношение сочетания *-чн-* как *шн* в словах *яичница* и *скучно*, допустимы оба варианта в словах *булочная*, *будничный* (произношение [шн] в них возможно как устаревшее), и только [чн] — в словах *закусочная*, *игрушечный*.

Интонационные нормы также важная часть литературного языка. Интонационный рисунок речи имеет, как правило, яркую национальную окраску и часто выдает иностранца, даже хорошо говорящего на неродном языке. Иной интонационный рисунок по сравнению с литературным свойствен также диалектной речи, которая в условиях города и деловых отношений начинает выглядеть как просторечная. Основные признаки интонации — это изменение высоты тона (повышение или понижение его) в синтаксических конструкциях в соответствии с их грамматической структурой или логикой. Особенно часто просторечных интонаций в русском языке могут быть неоправданное повышение интонации в конце утвердительных предложений или в других частях фразы, чрезмерное растягивание фраз или, напротив, слишком быстрая речь.

Правильное литературное произношение — важный показатель общего культурного уровня человека. Ошибки произношения отвлекают слушателей от содержания речи, затрудняют общение, уменьшают степень воздействия на аудиторию.

Вопросы и задания

Ответьте на вопросы, пользуясь материалами лекций и орфоэпическим и орфографическим словарями.

1. Неверное ударение указано в словах:

- ба́рмен, катало́г, христиа́нин;
- то́рты, ходáтайство, пулóвер;
- обеспе́чение, до́суг, туфля́;
- газопрóвод, ща́вель, отрóчество.

2. Правильное ударение указано в словах:

- обле́гчить, отку́порить, повто́рим;
- углуби́ть, усугуби́ть, ходáтайствовать;
- откупори́ть, позво́ним, уведоми́ть;
- ба́ловать, ба́луем, исче́рпать.

3. В каких словах пропущенная буква и пишется, и произносится:

- э...скалатор, корте...ж, пер...спектива, конста...тировать, ч...резвычайный, ком-проме...тировать;
- дерма...тин, на...смешка, инци...дент, преце...дент;
- о...дышка, по...скользнуться, ч...резмерный, пирож...ное, при...дет;
- задолже...ность, бес...ребреник, алюмин...евый, поли...тиленовый.

4. Что такое языковая норма?

5. Какие виды языковых норм вы знаете?

Словообразовательные нормы

К словообразовательным нормам относятся правила образования слов как частей речи или частеречных форм.

Нарушения словообразовательных норм также меняют звуковой состав слова, так как предлагают другой его морфемный состав.

Частые нарушения словообразовательной нормы встречаются в следующих случаях.

1. Ошибки в образовании видовых пар приставочных и бесприставочных глаголов от корней *-клас-/-клад-* и *-лож-/-лож-/-лаг-/-лаж-* (*класть* — *положить*, *сложить* — *складывать*) связаны с непониманием разной грамматической и словообразовательной роли этих корней в языке. Корень *-клас-/-клад-* служит для образования бесприставочных глаголов несовершенного вида (*класть*) и приставочных также несовершенного вида (*укладывать*, *перекладывать*). Корень *-лож-* служит для образования приставочных глаголов совершенного вида: *уложить*, *переложить*, *выложить* и т. п. Крайне редко — в виде исключения — этот корень в варианте *-лаж-* может использоваться для образования приставочных глаголов несовершенного вида: можно говорить *улаживать дела* (значение абстрактного действия), так как у глагола *укладывать* другое значение: *укладывать вещи* — значение конкретно-физического действия.

2. Также очень часты нарушения в выборе варианта корня, отличного по ударному гласному звуку от верного, в образовании глаголов несовершенного вида от глаголов совершенного вида при помощи суффикса *-ыва/-ива*, когда гласная [o] в корне глагола совершенного вида меняется на [a] в корне глагола несовершенного вида или не меняется. Надо помнить, в каких глаголах эта замена происходит, а в каких в случаях сохраняется [o] в глаголах как совершенного, так и несовершенного вида.

Итак, происходит смена ударного гласного [o] на [a] в корне глаголов *заработать* — *зарабатывать*, *затронуть* — *затрагивать*, *освоить* — *осваивать*, *удвоить* — *удваивать*, *удостоить* — *удостаивать*, *усвоить* — *усваивать*.

Но важно помнить, что звук [o] в корне сохраняется у глаголов, которые часто используются в официально-деловом стиле речи.

Обусловить — обусловливать, сосредоточить — сосредоточивать, опорочить — опорочивать, подытожить — подытоживать, узаконить — узаконивать, уполномочить — уполномочивать, упрочить — упрочивать.

Образование видовых пар глаголов: *сосредоточить* — *сосредоточивать*, *обусловить* — *обусловливать*, *уполномочить*, *уполномочивать*, *узаконить* — *узаконивать*, но *удостоить* — *удостаивать*, *освоить* — *осваивать*, *затронуть* — *затрагивать*.

3. Ошибки в образовании возвратных глаголов являются следствием просторечия. Согласно литературной норме постфикс возвратности глагола в варианте -ся употребляется после согласного в окончании или формообразующем суффиксе глагола (*зарожда~~ть~~ся, зарождает~~ся~~, зарождат~~л~~ся*), а в форме -сь — после гласного в окончании глагола (*зарождат~~л~~ась, зарождат~~л~~ось*) и т. п.

4. Сложность представляет образование порядковых числительных. Дело в том, что образование простых порядковых числительных отличается от образования составных порядковых числительных. Образование простых порядковых числительных от «круглых» чисел с тремя и более нолями: 1000, 2000, 5000 ... 20000, 500000, 8000000 и т. п. — происходит по типу образования сложных прилагательных при помощи суффикса **н**, а первое числительное в сложном слове употребляется в форме родительного падежа: *тысячный, двухтысячный, пятидесяти тысячный, двадцатитысячный, пятидесяти тысячный, восьмимиллионный* и т. п.

Составные порядковые числительные от «некруглых» чисел — 2001, 3002 и т. п. — образуются стандартным образом: при помощи нулевого суффикса и окончания прилагательного у последнего слова в составном числительном (506 — *пятьсот шестой*, 812 — *восемьсот двенадцатый*, 3675 — *три тысячи шестьсот семьдесят пятый*). Это важно помнить при образовании порядковых числительных, обозначающих годы — *двухтысячный год, но две тысячи седьмой год, две тысячи шестнадцатый* и т. п.

5. Образование некоторых наречий также демонстрирует распространенные ошибки. Верными являются слова:

- *внутри* (а не *вовнутрь*, которое является ошибочным и просторечным);
- *заимобразно* (а не *взаимобразно*, которое является следствием ошибочной, так называемой «народной», этимологии — оно образовано от слова *займ*, а не *взаимный*);
- *вместо* и *взамен* (а не просторечная лексема *заместо*).

6. Частой ошибкой является использование для образования слова суффиксов, несвойственных нормативному словообразованию данной лексемы: *лицемерность* (вместо *лицемерие*), *великость* (вместо *величие* или *величественность*). Ярким примером стало нарушающее литературную норму разговорное слово *волнительный*, используемое вместо *волнующий*.

Лексические нормы

Особая проблема в создании текста — устного или письменного — выбор слова. Муки поиска слова известны каждому человеку, пишущему доклад или статью или говорящему на публике. Использование слова в контексте должно быть уместным с точки зрения его семантики, стилистической окраски и стилиевой принадлежности, а также сочетания этого слова с другими словами в контексте.

Несоответствие конкретной лексемы перечисленным выше условиям является нарушением лексических норм.

Лексические и фразеологические нормы (к лексическим нормам относят также и фразеологические нормы, так как устойчивые словосочетания функционируют в языке как лексемы) регулируют правила употребления слов и фразеологизмов в соответствии с:

- их точным лексическим значением;
- их стилистической принадлежностью;
- их лексической сочетаемостью;
- а также лексическим составом устойчивых сочетаний.

Нормы словоупотребления в деловом общении те же, что и во всем литературном русском языке.

Ранее мы подробно говорили о лексическом составе русского языка, о типах лексики с точки зрения сферы и времени их употребления, с точки зрения соотношения формы и значения, о стилистической маркировке языковых единиц, фразеологизмах и употреблении лексем в различных функциональных стилях речи.

Наиболее частое нарушение лексических норм связано со следующими факторами.

Типы речевых ошибок — нарушений лексических норм

1. Незнание или неточное понимание лексического значения слова, которое ведет к употреблению слова в несвойственном ему значении, неверном контексте, в контексте, предполагающем иное лексическое значение слова:

- *Напишите свои инициалы полностью.*
- *Вернисаж в Русском музее будет открыт до 17 августа.*

С неточным пониманием лексического значения также связаны речевые ошибки, которые характеризуются как:

- **Плеоназм** (от гр. *pleonasmos* — переизбыток) — вид речевой избыточности, обусловленный частичным совпадением значений слов, при котором два слова практически обозначают одно и то же: *совместное сотрудничество* (сотрудничество — совместное решение проблем), *прейскурант цен* (прейскурант — список цен на продукцию), *при обоюдном взаимном согласии* (обоюдное — значит взаимное), *свободная вакансия*, *помост сцены*, *другая альтернатива*, *патриот родины*, *профессионал в своем деле*, *150 рублей денежных средств* и др. Плеоназм может встречаться даже в названиях. Так, в названии предприятия «АвтоВАЗ» ВАЗ расшифровывается как «Волжский Автомобильный Завод». За добавленную приставку был прозван «Дважды Автомобильный».

Плеоназм можно найти и в устойчивых сочетаниях русских слов с заимствованными, где русское слово повторяет значение заимствованного: *для проформы* — по латыни «*pro forma*» значит «для формы, для вида»; *сервисное обслуживание* (англ. *Service* — служба, услуга, служить, обслуживание).

- **Тавтология** (от гр. *tautologia* от *tauto* — то же самое + *logos* — слово) — другой вид речевой избыточности, при котором происходит неоправданное повторение однокоренных слов в одном предложении или речевом фрагменте: *спросить вопрос*, *оформление формы*, *следующее следствие* и т. п. По сути тавтология является разновидностью плеоназма. Иногда тавтология употребляется в речи намеренно, как средство выразительности: *шутки шутить*, *думу думать*, *работу работать* и др.

- **Смешение паронимов.** *Командировочный специалист* (вместо *командированный*), *водяной транспорт* (вместо *водный*), *типовая ошибка* (вместо *типичная*), *гарантийный отдых* (вместо *гарантированный*), *уникальные экспоненты выставки* (вместо *экспонаты*) и др.

2. Неоправданное использование слов одного стиля речи в другом стиле речи или слов, относящихся к фонду необщепотребительной лексики, в нейтральном тексте или тексте другой стилистической маркировки. Это нарушение также можно отнести к неоправданному выбору стилистического синонима.

- Наиболее частой речевой ошибкой является неуместное и неумеренное употребление слов, свойственных официально-деловому стилю речи, так называемых канцеляризов, во всех других стилях в сочетании с нейтральной лексикой. Засилие канцеляризов в русском языке возникло в 20—30-е гг. XX в. вследствие стремления неграмотных людей употреблять в речи «умные» слова, чтобы казаться грамотнее и компетентнее. Хотя эффект был прямо противоположным. Корней Чуковский приравнял это явление к болезни языка и назвал его «канцеляритом». Яркой иллюстрацией нарушения лексических норм этого типа является речь персонажей рассказов Михаила Зощенко.

В наше время это явление не исчезло, напротив, многие формы, к сожалению, стали привычны русскому уху, хотя они явно являются нарушением лексической нормы: употребление слова *данный* вместо *этот*, *желать счастья в личной жизни* вместо просто *счастья* и др.

Еще примеры неуместного употребления канцеляризов:

- *При наличии желания можно многое сделать по улучшению условий труда рабочих.*
- *В настоящее время ощущается недокомплект педагогических кадров.*
- *Меня подвергли стрижке на бесплатной основе.*
- *Весна наполнила душу девушки необъяснимым ощущением полета и ожиданием позитивных перемен в личной жизни и в трудовой деятельности.*

- Аналогичным нарушением является **неуместное и неумеренное употребление иностранных слов**, или терминов и профессионализмов, что может сделать текст непонятным для читающего или слушающего:

- Срок выполнения задания может быть *продлонгирован* (продлен).
- Частично доставленные заготовки зубчатых колес не имеют маркировки и *свидетелей*. Прошу принять меры к обеспечению. (Под словом *свидетели* адресант понимал макеты деталей, прилагаемых к партии. Термин *образцы-свидетели* используется узким кругом специалистов, поэтому текст не был понят получателем документа.

- Также часто происходит **неоправданное употребление разговорной или жаргонной лексики** в нейтральных, деловых или публицистических текстах: «Гарри Поттер — это книга, на которую *подсели* не только дети, но и взрослые» (из речи журналистки «1 канала»). Слушать эту группу — это такой *кайф*!.. (речь музыкального обозревателя).

- **Неоправданное употребление архаизмов** в деловой или нейтральной речи. К числу слов и оборотов, исторически свойственных деловой письменной речи, но в настоящее время ощущаемых как архаичные, следует отнести следующие: *на предмет* (вместо *для*), *каковой* (*который*), *уведомлять* (*сообщать*), *в настоящем...* (*в этом...*), *вышепоименованный* (*указанный выше*) и т. п. Кроме того, следует обратить внимание на архаичные союзные слова, которые могут прозвучать в публичной речи, например, в лекции или докладе, и неоправданно привлечь к себе внимание слушателей: *ибо* (вместо *потому что*, *оттого что*, *так как*), *то бишь* (вместо *то есть*) и др.

- **Употребление просторечий:** *ихний* вместо *их*, *евойный* вместо *его*, *ложить* вместо *класть*, *кушать* вместо *есть* о взрослом человеке, *чё?/чево?* вместо *что?* и т. п.

3. Нарушение лексической сочетаемости. Наиболее часто это нарушение касается глагольно-именных оборотов: *играть значение* (вместо *иметь значение*), *не имеет роли* (*не играет роли*), *быть в поле внимания* (вместо *быть в поле зрения*), *оказать заботу* (*проявить заботу*), *повысить кругозор* (*расширить кругозор*), *оказать впечатление* (*произвести впечатление*), *поднять тост*, *выпить тост* (вместо *произнести тост*,

провозгласить тост), *сказать речь* (вместо *произнести речь*). Но могут быть и другие нарушения лексической сочетаемости: *Ее лицо осветилось печалью* (вместо *омрачилось печалью*). Слова *озариться, осветиться* (о лице и т. п.) могут употребляться только с лексикой, обозначающей радость или счастье, но не печаль или горе.

Хочется обратить особое внимание на нарушение, часто встречающееся в последнее время в публичной речи журналистов, — употребление сочетаний *ровно такой же* (*тот, там* и т. п.) вместо нормативного *точно такой же* или *именно там*.

4. Искажение фразеологизма — в устойчивом выражении происходит замена лексем или грамматических форм. Это может быть следствием народной этимологии, когда люди стремятся заменить непонятные слова в древнем фразеологизме понятными, звучащими похоже: *как кур во щи* (вместо *как кур в ощи*), *скрипя сердцем* (вместо *скрепя сердце*).

Также может возникнуть замена одного слова на другое, более «логичное»: *подсластить пилюлю* (вместо *позолотить пилюлю*) и т. п.

Замена может возникнуть просто от недостаточной грамотности говорящего, который не помнит точный лексический состав идиомы и заменяет слова синонимами: *выдать желанное за действительное* (вместо *выдать желаемое за действительное*) — или отсутствующими в литературном языке просторечными лексемами: *что касасемо* или даже *что касательно* вместо *что касается* в устойчивом канцелярском обороте.

Предложения финансового отдела оказались ниже любой критики (вместо *всякой критики*). По этой же причине происходят:

- изменение грамматической формы слов, входящих во фразеологизм: *Главный инженер явно покривил в душе* (вместо *покривил душой*);
- совмещение двух фразеологизмов: *Зачем сыр-бор городить?* (вместо *огород городить* или *сыр-бор разгорелся*);
- вставка лишнего компонента: *отдать должную дань* (вместо *отдать дань* или *отдать должное*).

Кроме того, нужно всегда учитывать стилистическую окраску фразеологизмов, многие из которых относятся к разговорной лексике и стилистически несовместимы с деловым стилем речи:

Меньший налог — вот стимул приватизации, и не надо никого через колено ломать.

Вопросы и задания

1. Слово должно употребляться с учетом его _____, стилистической принадлежности, лексической сочетаемости.

2. Плеоназмом называют:

- вид речевой избыточности, которая обусловлена частичным совпадением значений слов;
- неоправданное повторение однокоренных слов или близких по значению слов в одном предложении или речевом фрагменте;
- близкие по звучанию, но отличающиеся по значению слова;
- разные по звучанию, но имеющие одно значение слова.

3. Неоправданное повторение однокоренных слов в одном предложении или речевом фрагменте — это _____.

4. Лексическая сочетаемость нарушена в предложении:

- Инженер истошно объяснял, что этот прибор его не устраивает.
- Большое значение имеет охрана природы.
- В последние годы уровень безработицы в нашем регионе значительно повысился.

5. Речевую избыточность содержат высказывания:

- На первом курсе мы изучали первые азы.
- Коллеги по работе поздравили меня с днем рождения.
- В итоге все проблемы были решены.
- Первая презентация прошла успешно.

6. Вместо слова *информационный* нужно употребить слово *информативный* в предложении:

- Последние десятилетия характеризуются широким распространением разнообразных средств массовой информации, в том числе представленных в электронном виде на различных информационных носителях.
- Дмитрия Иванова назначили руководителем новой информационной телепрограммы.
- Опубликованная в журнале статья показалась мне весьма информационной и очень полезной.
- Современные информационные технологии помогают успешно и быстро решать многие проблемы.

7. Вместо слова *дипломат* нужно употребить *дипломант* в предложении:

- Ивана считали настоящим дипломатом в общении с окружающими людьми.
- Успех внешней политики государства во многом зависит от опыта и таланта дипломатов.
- Ты говоришь как дипломат, но дело не идет на лад.
- Дипломаты Московского конкурса артистов театра приняли участие в заключительном концерте.

8. Речевую избыточность содержат предложения:

- Я разделяю ваше мнение и полностью с ним согласен.
- Высылаем вам для ознакомления прейскурант цен.
- В итоге все вопросы были решены.
- Продажа помещений (объявление).

9. Что такое лексическая норма?

10. Каковы нарушения лексической нормы в деловой речи?

Грамматические нормы

Грамматические нормы современного русского литературного языка регламентируют выражение формальных элементов — средств грамматической связи между словами как частями речи в предложении и связи предложений в составе сложных синтаксических конструкций и тексте.

Грамматические нормы делятся на морфологические и синтаксические.

Морфология — это, как мы помним, наука о частях речи. Точнее, морфология изучает грамматические классы слов (части речи) с точки зрения присущих им форм, а также грамматических категорий, выражающихся в этих формах. Каждая часть речи имеет свои категориальные признаки. Например, для существительного характерны категория одушевленности/неодушевленности, категория рода, типа склонения, числа, падежа; для глагола — категория вида, наклонения, времени, спряжения, лица или рода, числа и т. д.

Мы говорим о морфологических нормах, однако нужно учитывать, что выделение морфологических норм как самостоятельной группы норм и отделение их от синтаксических норм является в определенной степени искусственным, так как выбор частей речи и их форм определяется их употреблением в словосочетании или в предложении.

Морфологические нормы

Морфологические нормы — это правила образования и уместного употребления форм слов как форм частей речи (рода, числа, падежа, спряжения и т. д.).

Русский язык относится к языкам синтетическим, то есть таким, в которых связь слов друг с другом в предложении достигается посредством изменения этих слов в виде частеречных форм. Каждая часть речи имеет свою систему изменений, соотносящуюся с ее категориальными признаками, которая в лингвистике называется парадигмой. Парадигма каждой части речи включает определенное количество форм. Так, например, парадигма существительного обычно включает 12 форм: 6 падежей в двух формах числа, парадигма прилагательного — 24 формы и т. д.

Это не значит, что носители русского языка должны заучивать наизусть сведения из огромных грамматических таблиц, грамматические сведения они усваивают в раннем детстве вместе с лексикой родного языка.

Однако особенность русского языка заключается в том, что средства выражения грамматических значений слов могут варьироваться. При неверном выборе морфологических вариантов могут возникнуть грамматические ошибки.

На этих ошибках, которые квалифицируются как нарушение морфологических норм, нам и следует остановиться.

Имя существительное

Сложности в образовании форм существительного представляют следующие грамматические категории.

1. Определение одушевленности/неодушевленности некоторых существительных.

Категория одушевленности и неодушевленности является грамматической, то есть она связана с формой слов, а не только с их значением, с тем, обозначает ли существительное человека или животное или «неживой» предмет. **Одушевленные** существительные отвечают на вопрос *кто?* и имеют совпадение форм родительного и винительного падежей множественного числа. **Неодушевленные** существительные отвечают на вопрос *что?* и имеют совпадение форм именительного и винительного падежей множественного числа. Интересно, что язык четко делит существительные на одушевленные и неодушевленные даже в тех случаях, когда человек может сомневаться, о живом или неживом объекте идет речь; кроме того, классификация языка может отличаться от представлений человека о живом и неживом, например:

	одушевленные сущ.	неодушевленные сущ.
Им. п.	кукла, покойник, мертвец	микробы, жертвы, существа, лица
Род. п.	кукол, покойников, мертвецов	микробов, жертв, существ, лиц
Вин. п.	кукол, покойников, мертвецов	микробы, жертвы, существа, лица

Типичные нарушения в последние годы связаны со склонением неодушевленных существительных по типу склонения одушевленных: *уничтожить микробов* (вместо *уничтожить микробы*). В отношении же таких слов, как *персонаж, существо, личность, создание, жертва* и др., называющих лиц, отмечаются колебания по признаку отнесения к категории одушевленности/неодушевленности. Однако основная тенденция здесь — употребление форм одушевленного существительного.

2. Определение рода у несклоняемых существительных.

Проблему представляет определение рода несклоняемых, то есть неизменяемых, существительных. Делать это нужно, так как возникает необходимость употреблять их с прилагательными и притяжательными местоимениями, согласующимися с ними по роду.

Несклоняемые **неодушевленные** имена существительные иноязычного происхождения относятся преимущественно к среднему роду: *вкусное эскимо, шерстяное кашне, столичное метро, интересное интервью*. К мужскому роду относится, например, *черный кофе*; к женскому — *свежая кольраби, широкая авеню*.

Несклоняемые **одушевленные** имена существительные иноязычного происхождения относятся к женскому роду, если обозначают лиц женского пола (*мадам, фрау, леди, мисс*), и к мужскому роду, если обозначают лиц мужского пола или животных (*конферансье, атташе, денди, какаду, шимпанзе*).

Род несклоняемых имен существительных — географических названий — определяется родом тех имен существительных нарицательных, которыми эти названия могут быть заменены: *Сухуми* (город) — мужского рода; *Колорадо* (река) — женского рода.

Род сложносокращенных слов смешанного типа и слов, составленных из начальных звуков, чаще всего определяется по роду опорного слова в словосочетании при расшифровке сокращения: *АСУ* (*автоматизированная система управления*) — женского рода, так как опорное слово *система* женского рода; *МГУ* (*Московский государственный университет*) — мужского рода, т. к. опорное слово *университет* мужского рода; *главУКС* (*главное управление капитального строительства*) — среднего рода, так как опорное слово *управление* среднего рода, и т. д.

3. Формы именительного падежа множественного числа некоторых существительных мужского рода.

Необходимо помнить, что некоторые существительные мужского рода в именительном падеже множественного числа употребляются

- с окончанием **-а, -я**: *адреса, берега, века, города, директора, доктора, желоба, жернова, инспектора, катера, корма, номера, округа, острова, отпуска, паспорта, повара, профессора, сорта, стога, фельдшера, штемпеля, якоря* и др.
- с окончанием **-ы, -и**: *авторы, аптекари, агитаторы, бухгалтеры, выборы, договоры, инженеры, инспекторы, лекторы, лидеры, конструкторы, конюхи, ораторы, офицеры, приговоры, ревизоры, редакторы, ректоры, снайперы, стажеры, торты, шоферы* и др.
- Различаются по значению существительные: *меха* (выделанные из шкуры зверей) — *мехи* (кузнечные), *пояса* (ремни) — *поясы* (географические), *провода* (электрические шнуры) — *проводы* (кого-либо), *пропуска* (документы) — *пропуски* (то, что пропущено), *счета* (документы для оплаты) — *счёты* (приспособление для счета), *тормоза* (устройство) — *тормозы* (преграды), *учителя* (преподаватели) — *учители* (основоположники научной теории), *хлеба* (злаки) — *хлебы* (печеные), *цвета* (краски) — *цветы* (растения), *зубы* (во рту) — *зубья* (зубцы), *корни* (у растений) — *коренья* (сушеные овощи), *листы* (бумаги, железа и т. п.) — *листья* (у растений), *сыны* (Родины) — *сыновья* (у матери).
- Возможны **два** **о** **я** **к** **и** **е** формы у существительных (окончание **-а/-я** более свойственно разговорной речи): *ветры* — *ветра*, *возы* — *воза*, *годы* — *года*, *прожекторы* — *прожектора*, *промыслы* — *промысла*, *цехи* — *цеха*.

4. Образование форм родительного падежа множественного числа некоторых существительных.

Мужского рода:

- 1) *башкиры — башкир, болгары — болгар, буряты — бурят, грузины — грузин, осетины — осетин, румыны — румын, татары — татар, туркмены — туркмен, цыгане — цыган, турки — турок* и др.;

НО: *киргизы — киргизов, казахи — казахов, узбеки — узбеков, таджики — таджиков, якуты — якутов* и др.;

- 2) *валенки — валенок, сапоги — сапог, чулки — чулок, ботинки — ботинок* и др.;

НО: *ремешки — ремешков, носки — носков* и др.;

- 3) *вольты — вольт, амперы — ампер, микроны — микрон, аршины — аршин*;

НО: *метры — метров, граммы — граммов, килограммы — килограммов, гектары — гектаров* и др.;

- 4) *лимон — лимонов, апельсины — апельсинов, баклажаны — баклажанов, мандарины — мандаринов, помидоры — помидоров, томаты — томатов* и др.

Среднего рода:

- 1) *окошки — окошек, зернышки — зернышек, число — чисел, кресло — кресел, бревно — бревен, полотно — полотен, волокно — волокон, ребро — ребер, ядро — ядер, одеяльце — одеялец, полотенце — полотенец, блюдо — блюд* и др.;

- 2) *войско — войск, яблоко — яблок* и др.;

- 3) *болотце — болотцев, кружевце — кружевцев, копытце — копытцев, корытце — корытцев* и др.

Женского рода:

- 1) *ставня — ставен, басня — басен, песня — песен, домна — домен*;

НО: *ступня — ступней, западня — западней, ноздря — ноздрей*;

- 2) *кегля — кеглей, сакля — саклей, распря — распрей* и др.;

НО: *вафля — вафель, туфля — туфель, оглобля — оглобель, свадьба — свадеб, усадьба — усадеб*;

- 3) *часы — часов, щипцы — щипцов, мостки — мостков, очки — очков, тиски — тисков; заморозки — заморозков, мемуары — мемуаров, плоскогубцы — плоскогубцев, счета — счетов*.

Имеющих формы только множественного числа:

- 1) *обои — обоев, побои — побоев*;

- 2) *брызги — брызг, брюки — брюк, бусы — бус, каникулы — каникул, макароны — макарон* и др.;

- 3) *деньги — денег, потемки — потемок, носилки — носилок, салазки — салазок* и др.;

- 4) *будни — будней, клещи — клещей, ясли — яслей, дрожжи — дрожжей, люди — людей, трубы — труб, сани — саней* и др.

5. Образование форм творительного падежа фамилий и названий населенных пунктов.

Особенностью этой группы существительных является то, что эти слова изначально были прилагательными и сохраняют формы изменения прилагательных.

Многие притяжательные прилагательные на *-ин/-ын* и *-ов/-ев* перешли в разряд собственных существительных — фамилий людей (*поэт Пушкин, артист Дмитриев, летчик Серов, конструктор Кошкин, профессор Куницын* и др.) или названий населенных пунктов (*город Пушкин, город Ростов, село Бородино, село Крюково*).

Следует отличать образование форм творительного падежа таких существительных — фамилий и географических названий.

В русских фамилиях на **-ин// -ын** и **-ов// -ев** в творительном падеже единственного числа пишется окончание **-ым** (как у прилагательных), например: поэтом Александром Пушкиным, артистом Игорем Дмитриевым, летчиком Серовым, конструктором Кошкиным.

ВАЖНО! В иноязычных мужских фамилиях на **-ин** форма творительного падежа образуется, как у существительных II типа склонения, с окончанием **-ом**: *Чарльзом Дарвином, Джеймсом Остином, Макалеем Калкином* и т. п.

В названиях населенных пунктов на **-ин// -ын, -ов// -ев, -ино// -ыно, -ово// -ево** в творительном падеже единственного числа пишется **-ом** (как у существительных II типа склонения), например: *городом Пушкином, городом Ростовом, селом Бородином, селом Крюковым*.

6. Склонение фамилий.

Следует помнить:

- не склоняются фамилии славянского происхождения на **-а, -о**, совпадающие с названиями животных или неодушевленных предметов, часто в звуковом составе они совпадают с неодушевленными предметами: *Крыса, Сало, Шило* и т. д.;
- не склоняются фамилии на **-аго, -яго, -ых, -их, -ово, -ко(-енко)**: *Шамбинаго, Дубяго, Седых, Долгих, Дурново, Франко, Шевченко*;
- обычно склоняются нерусские фамилии, оканчивающиеся на безударные **-а/-я**: *творчество Пабло Неруды, песни Булата Окуджавы, фильм Акиро Куросавы*;
- склоняются русские и иноязычные фамилии, оканчивающиеся на согласные, если это фамилия мужчины, и не склоняются, если это фамилия женщины или к супружеской пары: *письмо от Владимира Брука, Павла Столяра, от Татьяны Столяр, выступление Елены Брук, приглашение для супругов/четы Брук*.

Имя прилагательное

1. Ошибки в образовании форм прилагательных связаны прежде всего с **образованием степеней сравнения**.

Степенями сравнения называются формы качественного прилагательного, указывающие на большую или меньшую степень присутствия обозначаемого признака. Выделяются **сравнительная** и **превосходная степень**. Каждая из них может быть представлена **простой** и **составной** формой.

Положительной степенью называется форма прилагательного вне степеней сравнения, его обычная форма.

Простая форма сравнительной степени (она еще называется **компаратив**) образуется при помощи суффиксов **е** (*больше, выше*) или вариантов суффикса **ее//ей** (*красивее//красивей, сильнее//сильней*). Обратите внимание на формы прилагательных *хороший* и *плохой*, которые образуются от других корней по сравнению с положительной степенью: *лучше, хуже*.

Составная форма сравнительной степени образуется сочетанием слова *более* (*менее*) и формы положительной степени прилагательного: *более красивый, менее сильный, более хороший*.

Простая форма превосходной степени образуется при помощи суффиксов **айш//ейш//ш**: *сильнейший, величайший, серьезнейший, ярчайший, лучший, худший, высший, низший*. В образовании простой превосходной степени может участвовать и приставка **наи**: *наивысший, наихудший*.

Составная форма превосходной степени образуется двумя способами:

- 1) сочетанием слова *самый* и положительной степени прилагательного: *самый красивый, самый сильный*. Обратите внимание на образование составной формы превосходной степени *самый хороший, самый плохой*;
- 2) сочетанием форм компаратива прилагательного и слова *всех*: *красивей всех, сильнее всех, лучше всех, хуже всех* и др.

Более наглядно образование степеней сравнения можно изобразить в таблице:

Форма	Простая	Составная
Степень сравнения		
Сравнительная степень	(Компаратив): Суффиксы <i>ее/ей, е</i>	более//менее + положит. степень
Превосходная степень	Суффиксы ейш//айш//ш (+ <i>наи</i>)	1. самый (наиболее) + положит. степень; 2. компаратив + всех

Следует избегать грамматических ошибок, связанных с употреблением средств двух разных форм для образования одной формы степени сравнения — «*более выше*», «*самый ярчайший*» — следует говорить **более высоко** или просто **выше, ярчайший** или **самый яркий**. Даже распространенное выражение «*самый лучший*» является грамматической ошибкой. Следует говорить **самый хороший**.

2. Также важно различать случаи употребления полных и кратких форм прилагательных.

Полные прилагательные употребляются преимущественно в случаях, когда они выступают в роли определения, а в предложении есть сказуемое, выраженное глагольной формой: *Стояла тихая ночь*.

Краткие прилагательные в современном русском языке всегда выступают в роли сказуемого: *Ночь тиха*. Другого сказуемого, выраженного глаголом, в таких предложениях нет.

Имя числительное

1. Сложность представляет собой **склонение числительных**.

При **склонении количественных числительных** — сложных слов изменяется каждая часть сложного слова, например: *шестьдесят, шестидесяти, шестьюдесятью* и т. п., поэтому будьте внимательны, склоняя составные числительные — сложные слова, например:

Им. п. три тысячи пятьсот семьдесят восемь

Род. п. трех тысяч пятисот семидесяти восьми

Дат. п. трем тысячам пятистам семидесяти восьми

Вин. п. = Им. п. (для числительных с зависимыми словами — неодушевленными существительными);

= Род. п. (для числительных с зависимыми словами — одушевленными существительными);

Твор. п. тремя тысячами пятьюстами семьюдесятью восемью

Предл. п. (о) трех тысячах пятистах семидесяти восьми

Числительные сто, девяносто, сорок, полтора, полтора́ста имеют только две формы:

Им. п., вин. п.	сто, девяносто, сорок, полтора, полтора́ста
Род. п., дат. п., твор. п., предл. п.	ста, девяноста, сорока, полутора, полутора́ста

При склонении **составных порядковых числительных** изменяется только окончание последнего слова:

Им. п.	три тысячи пятьсот семьдесят восьмой
Род. п.	три тысячи пятьсот семьдесят восьмого
Дат. п.	три тысячи пятьсот семьдесят восьмому
Вин. п.	три тысячи пятьсот семьдесят восьмой//ого
Твор. п.	три тысячи пятьсот семьдесят восьмым
Предл. п.	(о) три тысячи пятьсот семьдесят восьмом

2. Употребление собирательных числительных с существительными также представляет сложность.

К собирательным числительным относятся слова *двое, трое, четверо, пятеро, шестеро, семеро, восьмеро, девятеро, десятеро*, а также слова *оба, обе*. Числительные *восьмеро, девятеро, десятеро* практически не встречаются в современном языке в именительном падеже, но формы косвенных падежей используются часто: *восьмерых, девятерым, у десятерых* и т. п.

Числительное *оба* употребляется с зависимыми словами мужского и среднего рода (*оба друга, оба берега, оба окна*), числительное *обе* — со словами женского рода (*обе руки, обе стены, обе дочери*).

Собирательные числительные употребляются только:

1) с одушевленными существительными мужского и общего рода, называющими лиц мужского пола (*двое мужчин, трое нерях*), но не употребляются с одушевленными существительными женского рода или обозначающими животных (*три женщины, пять кошек*);

2) с неодушевленными существительными, употребляющимися только во множественном числе (*двое саней, трое ножниц, четверо суток*), хотя это касается только форм именительного или винительного падежа, а с косвенными падежами этих существительных более правильно употребление *двух саней, тремя ножницами, о четырех сутках*.

Глагол

Об образовании форм глаголов важно знать, что существуют глаголы с так называемой дефектной парадигмой:

- может отсутствовать форма 1 лица единственного числа: висеть, дерзить, победить, убедить, чудить, очутиться, ощутить;
- может отсутствовать форма повелительного наклонения: *хотеть, жаждасть, видеть, слышать, мочь*.

У глагола *ехать* форма повелительного наклонения образуется от другой основы: *езжай, езжайте*.

Предложно-падежные формы слов

Часто можно встретить грамматические ошибки в употреблении падежных форм существительных и местоимений с производными предлогами, то есть с предлогами, образованными от других частей речи.

Следует помнить, что предлоги **согласно** и **благодаря** (образованные от наречия и от деепричастия соответственно) употребляются со словами в **дательном падеже**: **согласно (кому?, чему?), благодаря (кому? чему?), вопреки (кому? чему?)**:

- согласно правилам, договору, тарифу и т. п.;
- благодаря труду, таланту, обстоятельствам и т. п.;
- вопреки рекомендациям, запрету, приказу и т. п.

Частицы

1. Употребление частицы **НИ** с уступительным значением

Очень частая грамматическая ошибка — употребление частицы **не** в том случае, когда следует употребить частицу **ни**. В безударных позициях употребление **не** или **ни** регулируется правилами орфографии, при этом выбор между **не** и **ни** на письме является одной из самых трудных орфограмм. Это имеет объективные причины, так как в современном языке различие **не** и **ни** постепенно теряет смысловозначительную функцию: от замены **ни** на **не** в речи даже в ударной позиции не происходит недопонимания: слушатель и читатель все равно адекватно воспринимает смысл текста, даже если говорящий или пишущий заменяет **ни** на явное **не**.

В результате в современной не только письменной, но и устной речевой практике можно встретить огромное количество грамматических ошибок, связанных со смешением **ни** и **не**: люди часто заменяют **ни** на **не** (даже говоря с высоких трибун!), когда частица находится под ударением.

Однако на самом деле различать **не** и **ни** не так сложно, так как частица **ни** употребляется в языке только в двух случаях, и проблема только в том, чтобы узнавать эти два случая в речи.

Главное отличие частиц **не** и **ни** заключается в том, что частица **не** является отрицательной, она обозначает основное отрицание (*не он, не такой, не был, не участвовал, не замечен* и др.), а частица **ни** — **усилительная**. Она обозначает усиление двух типов.

2. Усиление отрицания.

При усилении отрицания частица **ни** употребляется для того, чтобы усилить основное отрицание, выражаемое частицей **не**. То есть **ни** с усилением отрицания всегда употребляется в тексте со словами (числительными, местоимениями, существительными), относящимися к глаголу или сказуемому с **не**. Другими словами, **ни** в значении усиления отрицания не может употребляться в предложениях со сказуемыми без **не**:

*Он **ни** разу **не** оглянулся.*

***Не** было **ни** одного случая.*

Но этот случай представляет собой сложность преимущественно в письменной речи.

3. Усиление с уступительным значением.

Именно этот случай и является проблемой для не очень грамотных людей в речи устной. Надо понимать, что в этом случае частица **ни** не имеет значения отрицания вообще, она означает только усиление.

Случай употребления частицы **ни** в значении усиления с уступительным значением имеет три основных отличительных признака:

- 1) полное отсутствие отрицания — напротив, **утверждение многократности действия**, выражаемого сказуемым, с которым употребляется частица **ни**;
- 2) частица **ни** в значении усиления с уступительным значением употребляется только в придаточных предложениях уступки (отвечает на смысловой вопрос **несмотря на что? вопреки чему?**, задаваемый от главного предложения);

3) частица **ни** в значении усиления с уступительным значением всегда употребляется только в сочетании с относительным местоимением или местоименным наречием, которое является союзным словом, присоединяющим придаточное предложение к главному.

Например:

*Где бы ты **ни** был, ты должен быть на связи.*

*Человек, к которому обращаются, может быть территориально где угодно, но, **несмотря на это**, он должен отвечать на телефонный звонок или электронные послания в любой ситуации.*

Это предложение сложноподчиненное с придаточным уступки (**несмотря на что?** — *где бы ты ни был*), которое присоединяется к главному предложению при помощи союзного слова — относительного местоименного наречия **где** в сочетании с частицей **ни**.

*Какими бы **ни** были претензии, насколько убедительно **ни** звучали бы, надо все равно тщательно проверять каждый упомянутый факт.*

*Претензии могут быть очень грамотно и убедительно составлены, ярко проиллюстрированы, однако, **несмотря на это**, каждый упомянутый факт необходимо тщательно проверить.*

Это предложение сложноподчиненное с двумя придаточными уступительными (**несмотря на что?** — *какими бы **ни** были претензии, насколько убедительно **ни** звучали бы*), которые присоединяется к главному предложению при помощи союзных слов — относительного местоимения **какими** и местоименного наречия **насколько** в сочетании с частицей **ни**.

Вопросы и задания

1. Предложения, которые содержат грамматические ошибки:

- Офицер был в форме, но без погон.
- В магазине большой ассортимент туфель.
- Будущие инженера изучают физику и высшую математику.
- В городском зоопарке живут соболя.

2. Предложения, которые содержат грамматические ошибки:

- Как показала проверка, факты, указанные в докладной записке, верны.
- Нужно разрабатывать новые технологии.
- Эта версия представляется мне более исторической.
- Фестиваль был организован в этом году более лучше.

3. Предложения, которые содержат грамматические ошибки:

- Контрольная работа выполнена семистами восьмьюдесятью шестью студентами.
- Поселок городского типа находится в шестисот восьмидесяти девяти километрах от города.
- Высота изделия равна ста семидесяти двум сантиметрам.
- Мой коллега прошел обучение на курсах повышения квалификации.

4. Ошибки в образовании и употреблении глаголов и их форм содержат предложения:

- Студенты прибирались в помещении.
- Инструмент надо положить в ящик.
- Задолженности, ликвидируемые после окончания сессии, влияют на получение стипендии.
- Студенты обратились в деканат с просьбой.

5. Прилагательные, которые могут иметь степени сравнения:

- дружеский, румяный, быстрый;
- глубокий, мощный, слепой;
- культурный, спокойный, легкий;
- лысый, коричневый.

6. Что такое морфологическая норма?

7. Каковы нарушения морфологических норм в деловой речи?

Синтаксические нормы

Синтаксические нормы — правила связи слов в словосочетании и предложении и связи простых частей сложного предложения.

Наиболее часто нарушаются в речи следующие нормы: согласование в числе и роде подлежащего и сказуемого; согласование причастий с главным словом в распространенных предложениях; грамматические условия употребления причастий и др.

Согласование в числе и роде подлежащего и сказуемого

Следует быть внимательным в согласовании числа и рода подлежащего и сказуемого особенно в следующих случаях.

Если подлежащее выражено числительным или словом со значением количества, то нужно помнить, что глагольное сказуемое употребляется с ним в единственном числе и (если это глагол прошедшего времени) в среднем роде. Ошибочными являются варианты:

На тарелке лежали 5 яблок. (Вместо: *На тарелке лежало 5 яблок*).

Не вернулись около 10 человек. (Вместо: *Не вернулось около 10 человек*).

Ряд вопросов остались нерешенными. (Вместо: *Ряд вопросов остался нерешенным*).

Следует быть внимательным в выборе форм числа, если подлежащие в сложноподчиненном предложении выражены местоимениями:

Те, кто не хотят признать очевидного, лукавят. (Вместо: *Те, кто не хочет признать очевидного, лукавят*).

Согласование причастий с главным словом в распространенных предложениях

Часто встречаются ошибки в выборе окончаний причастий в распространенных предложениях:

Это роман о поколении людей, обреченное на страдание.

Нужно следить за тем, чтобы причастие согласовывалось в роде, числе и падеже именно с тем существительным или местоимением, к которому относится: «*Это роман о поколении людей, обреченном на страдание*», если имеется в виду *поколение*, которое обречено на страдание; или «*Это роман о поколении людей, обреченных на страдание*», если определяемым словом для причастия является слово *люди*.

Грамматические условия употребления деепричастий

Весьма распространенной ошибкой является нарушение единства субъекта действия для деепричастия и сказуемого.

Дело в том, что деепричастие обозначает добавочное действие при основном, выраженном глаголом. Это значит, что субъект действия, то есть лицо или предмет, выполняющий

действие, должен быть один и тот же для сказуемого и деепричастия. Поэтому при употреблении деепричастий следует соблюдать следующее обязательное условие. Деепричастие употребляется по преимуществу в двусоставном предложении, где есть оба главных члена, при этом подлежащее должно обозначать субъект действия и для сказуемого, и для деепричастия. Лицо (или предмет), выполняющее основное действие, обозначаемое сказуемым, должно выполнять и добавочное действие, обозначаемое деепричастием:

Пена, тая, шипела. Пена шипела и таяла.

Они ели и пили, разговаривая. Они ели и пили и при этом разговаривали.

Так думал молодой повеса, летя в пыли на почтовых... В этом предложении подлежащее *повеса*, как называет Пушкин Евгения Онегина, является субъектом действия для сказуемого *думал* и деепричастия *летя*. То есть главный герой думал о своем дяде, когда «летел» на почтовых лошадях в оставленное ему дядей в наследство имение в деревне.

Вдруг ветер дунул, загасив огонь светильников ночных.

Ветер (подлежащее) дунул, и он же загасил огонь.

Употребление деепричастия в односоставном предложении без подлежащего возможно только тогда, когда контекст не оставляет сомнения в том, что основное и добавочное действие выполняется одним и тем же лицом или предметом. Например,

Уходя, уходи!

В безличных предложениях деепричастие можно употребить, если оно указывает на действие того же самого лица, что и сказуемое, но при условии, что сказуемое содержит инфинитив: *Изучая иностранный язык, необходимо много трудиться.*

Невозможно прожить жизнь, не сделав ни одного доброго дела.

При употреблении деепричастий в речи часто встречается грамматическая ошибка, связанная с нарушением единства субъекта действия для деепричастий и сказуемого. Ярким примером такой ошибки является фраза из юмористического рассказа А. П. Чехова «Жалобная книга»: *Подъезжая к сией станции и глядя на природу в окно, у меня слетела шляпа.* На грамматической ошибке строится комический эффект в этой фразе: получается, что раз деепричастия *подъезжая* и *слетая* употребляются в сочетании со сказуемым *слетела*, соотносящимися с подлежащим *шляпа*, то это значит, что к станции подъезжала и в окно глядела шляпа.

Еще предложения с подобными грамматическими ошибками:

Поднявшись на гору, перед вами открывается удивительный вид.

Отдав свои деньги мошенникам, мы не сможем вам их вернуть.

Вчера, возвращаясь домой, меня поразил такой случай.

Чтобы исправить ошибки такого типа, лучше всего преобразовать простое предложение в сложное, заменив деепричастный оборот придаточным предложением: *Когда я подъезжал к станции, с меня слетела шляпа. Если вы подниметесь на гору, перед вами откроется удивительный вид. Если вы отдадите свои деньги мошенникам, мы не сможем вам их вернуть. Вчера, когда я возвращался домой, меня поразил такой случай.*

В деловых бумагах предполагается частое использование оборотов с деепричастиями *учитывая, считая, принимая во внимание, руководствуясь* и другими, при этом нужно следить за тем, чтобы субъектом предложения и деепричастного оборота было одно и то же лицо.

Выбор падежных и предложно-падежных форм слов при управлении и именном примыкании

- использование беспредложных конструкций:
 - *декларирует свою приверженность* (а не о своей приверженности),
 - *доказывать необходимость преобразований*,
 - *заведующий кафедрой, заведующие кафедрами* (а не заведующий кафедры, заведующие кафедр),
 - *оперировать этими фактами* (а не оперировать с этими фактами),
 - *показатели выполнения* (а не показатели по выполнению),
 - *составлен график проверки* (а не по проверке),
 - *утверждать обратное*,
 - *факты участия* (а не факты по участию);
- употребление падежных форм в словосочетаниях:
 - *доложить о происшествии*,
 - *контроль за исполнением приказа*,
 - *наблюдать за изменениями*,
 - *уверенность в победе*,
 - *поздравить с рождением, с днем рождения, восьмым марта*,
 - *свидетельствовать о неисправности*;
- с производными предлогами *согласно тарифу, договору, вопреки здравому смыслу, благодаря труду, таланту*. О некоторых из них мы уже упоминали в разделе о морфологических нормах.

Особо нужно сказать о словосочетании *скучать по вам* или *скучать по вас*. Первый вариант с формой местоимения *вы* в дательном падеже является новой нормой, которая основывается на том, что предлог *по* всегда служит для образования форм дательного падежа. Старая норма допускала употребление формы предложного падежа — *вас*. Любопытно, что в последнее время различные пособия по подготовке к ЕГЭ требуют знания старой нормы *скучать по вас*. Но в любом случае ошибочной (просторечной) формой является употребление *соскучиться за вами*.

Управление при однородных сказуемых

Если однородные сказуемые имеют разное управление (требуют разного падежа у зависимых слов), то не следует их употреблять в паре с зависимым словом только одного из них:

Молодежь уважает и учится у ветеранов труда. (Нужно: *Молодежь уважает ветеранов труда и учится у них*).

Выбор формы выражения однородных членов

Основные ошибки в конструкциях с однородными членами связаны с тем, что однородные члены выражены неравнозначными грамматическими формами, которые невозможно связать сочинительной связью:

- полное причастие и деепричастие:

Он, не подготовленный к экзамену и не сумев сосредоточиться, получил неудовлетворительную оценку;

- придаточное предложение и причастие:
*Это страна, **которая описана** уже в древних летописях **и занимающая** и по сей день значительную территорию материка, давно привлекала внимание этнографов;*
- полные и краткие формы причастий или прилагательных:

*Журналистка очень **принципиальна** и безусловно **талантливая**.*

Употребление однородных членов с двойными союзами требует употреблять части двойных союзов непосредственно перед однородными членами, которые они соединяют. Ошибки возникают, если после одной из частей союза следует другое слово:

*Наши студенты-очники **не только** получают **основную специальность**, **но и второе высшее образование** в форме вечернего обучения.*

Связь простых частей сложного предложения

1. Частыми ошибками являются ошибки в формах указательных местоимений в главном предложении, к которым присоединяются придаточные предложения с союзом *что*. По сути это тоже ошибки в нарушении норм управления при глаголах:

указать, что... (вместо указал на то, что),
обратить наше внимание, что... (вместо обратить наше внимание на то, что),
указать о том, что... (вместо указал на то, что),
понимать о том, что... (вместо понимать, что) и др.

2. Другим типом ошибок является ошибка в выборе места присоединения придаточного предложения к главному:

Новое оборудование было установлено в цеховом помещении, которое должно было значительно увеличить производительность труда.

Вопросы и задания

- Предложения, которые содержат ошибки в употреблении деепричастных оборотов:
 - Безопасность полетов может быть повышена, выполняя предъявляемые к перевозкам требования.
 - Рассмотрев претензии клиентов, управляющий решил приостановить деятельность организации.
 - Транспортные услуги осуществляются перевозчиками, обеспечивая безопасность пассажиров и сохранность багажа.
 - Выезжая за границу, туристы зачастую не оформляют медицинскую страховку.
- Ошибки в употреблении деепричастных оборотов содержат предложения:
 - Решая одну проблему во время сессии, приходит другая.
 - Выбирая будущую профессию, она должна быть перспективной.
 - Оформляя титульный лист, я всегда придерживаюсь норм.
 - Пользуясь калькулятором, инженер производит расчет быстро.
- Ошибку в употреблении причастного оборота содержит предложение:
 - Студенты, выполнившие все контрольные работы на «отлично», получают зачет автоматом.
 - Оборудование, поставляемое заводом, должно пройти специальный контроль.
- Ошибки в управлении представлены в предложениях:
 - Мне бы не хотелось разочароваться в своей профессии.
 - Необходимо привлечь внимание на то, о чем умалчивает руководство.
 - Этому выступлению президента характерны строгость, логичность в изложении.

- Мы уточнили у заведующего кафедрой темы курсовых работ.
 - Пять картин висели на стенах, написанные известными художниками-экспрессионистами.
 - Груз, сопровождаемый экспедитором, был доставлен вовремя.
5. Предложения, которые содержат ошибки в употреблении однородных членов:
- Вы не правы, осуждая и споря с философом.
 - Я всегда пью чай с лимоном и удовольствием.
 - Мы мечтали о поездке в Екатеринбург.
 - На экзамене по истории я рассказывала о великих людях, о том, чему учат нас их подвиги.
6. Ошибки в согласовании подлежащего и сказуемого содержат предложения:
- Большинство голосовали за предложенную кандидатуру.
 - Четыре автомобиля стояли на стоянке.
 - Тысяча книг поступили в библиотеку.
 - Прошло несколько часов с момента встречи.

Представление об орфографических и пунктуационных нормах

Орфографические нормы

Орфография — наука о правильном написании морфем и слов.

Орфограмма — написание, соответствующее определенному орфографическому правилу и требующее его применения, то есть написание, регулируемое орфографическим правилом.

Орфография, то есть общепринятые написания одинаковых слов в одинаковых речевых ситуациях, существует как система в любом языке для того, чтобы люди понимали друг друга на письме. Все люди имеют индивидуальные, отличные от других особенности произношения, и свойства слуха у всех тоже различны. Если бы люди стали писать слова так, как они их слышат или произносят, то возникло бы множество различных написаний одного и того же слова и люди перестали бы понимать письменную речь друг друга. Орфографическая система — это своеобразное «прокрустово ложе» для одинаковых по сути звуков, по-разному произносимых разными людьми. Поэтому грамотное письмо — необходимое условие общения.

Но единообразное написание слов складывалось исторически под влиянием самых разных условий, и поэтому большое количество написаний, отличных от произношения, в языке традиционно — пишется так, потому что существует традиция писать их так. И лишь в условиях некоторых таких написаний мы можем выявить логические закономерности, выведенные в орфографическом правиле. Отсюда и возможность существования исключений из правила.

Таким образом, применяя орфографические правила, надо помнить о том, что они не безусловны, и помнить об особенностях случаев отклонения от них.

Как уже говорилось ранее, русская орфография опирается на так называемый морфемный принцип письма. Это значит, что орфографические правила требуют единообразного написания морфем: корней, приставок, суффиксов, окончаний слов. Поэтому для того, чтобы правильно писать, необходимо уметь разбирать слово по составу, определять его частеречную принадлежность и знать некоторые грамматические признаки частей речи, на которые опирается орфографическое правило.

Следовательно, первое, что необходимо сделать, чтобы понять, какую букву писать в сомнительном случае, — это определить, в какой части слова это написание встретилось и к какой части речи это слово относится.

Пунктуационные нормы

Пунктуационные нормы — правила постановки знаков препинания. Эта норма характерна для письменной речи и играет важную роль в передаче смысла речи. Пунктуационные нормы представлены в пунктограммах.

Пунктограмма — написание, соответствующее определенному правилу пунктуации и требующее его применения, то есть это написание, регулируемое правилом пунктуации.

Знаки препинания образуют особую часть общей графической системы языка и обслуживают те стороны письменной речи, которые не могут быть выражены буквами и другими письменными обозначениями (цифрами, знаком равенства, знаком подобия и т. д.).

Можно было бы сказать, что знаки препинания указывают на смысловое членение речи, которое в устной речи передается интонацией. И действительно, иногда знаки препинания являются основным или единственным средством выявления смысловых отношений, которые не могут быть выражены в письменном тексте грамматическими или лексическими средствами. Сравните также постановку запятой, тире и двоеточия в одном и том же бессоюзном сложном предложении:

1. *Инженеры ушли, коллектив распался* (указывается последовательность явлений).
2. *Инженеры ушли — коллектив распался* (во второй части указывается результат действия, обозначаемого в первой части).
3. *Инженеры ушли: коллектив распался* (выявляются причинно-следственные отношения с указанием причины во второй части).

Во многих языках интонационный и смысловой принцип пунктуации играет главную роль.

Понять предложение, где нет знаков препинания, бывает очень сложно. Например: «*То что есть есть того чего нет нет это не то это то*» (С. Стивенс «Математика, измерение и психофизика»); если расставить знаки препинания, смысл высказывания тотчас проясняется: *То, что есть, есть; того, чего нет, нет; это не то? Это то.* Существует яркий пример важности пунктуации в деловой речи в истории США. В 1864 г. при напечатании таможенного тарифа английским поставщикам удалось подкупить корректоров, и они в отделе жестяных изделий переставили всего лишь одну запятую. Благодаря этому жестяное железо было причислено к жести и обложено низкой пошлиной. Ошибка была обнаружена в 1882 г., то есть 18 лет спустя после того, как, по исчислению государственного контролера, правительство понесло убытки в 48 395 766 долларов.

Однако в отношении русской пунктуации дела обстоят намного сложнее. Дело в том, что основным принципом русской пунктуации является структурный принцип: смысловой и интонационный принципы хотя и учитываются, но не играют ведущей роли. В русском языке часты ситуации, когда пауза есть, а знака препинания нет, и наоборот — паузы нет, а знак препинания есть. Поэтому пунктограммами описывается не только употребление знаков в определенных конструкциях, но и отсутствие их в некоторых случаях.

Пунктуационные правила опираются прежде всего на представление о грамматической структуре предложения, о простых предложениях в сложном, а внутри простого предложения — на связь членов предложения друг с другом. Пунктограммы так и заявлены,

например, «*тире между подлежащим и сказуемым*», «*знаки при однородных членах предложения*», «*знаки при обособленном определении*» и т. п. Поэтому для грамотной расстановки знаков препинания в тексте на русском языке необходимо уметь членить сложные предложения на простые, а простые — разбирать по членам, чтобы определить синтаксическую роль каждого слова в предложении, необходимо иметь представление о русском синтаксисе.

Вопросы и задания

1. Наука о правильном написании морфем и слов — это _____.
2. Написание, соответствующее определенному орфографическому правилу и требующее его применения, — это _____.
3. Написание, соответствующее определенному правилу пунктуации и требующее его применения, — это _____.
4. Основным принципом русской пунктуации является _____ принцип.
5. Что такое орфографическая норма?
6. Почему грамотное письмо — необходимое условие общения?
7. На какой принцип опирается русская орфография?
8. Что такое пунктуационные нормы?

УЧЕБНЫЕ ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 1

Тема 1. Учебное задание 1

Ознакомьтесь текстом, проанализируйте его и выполните задания, расположенные после текста.

Текст

В каждой отдельной области человеческой деятельности существуют особые слова, зачастую непонятные людям иных специальностей. Это термины и профессионализмы.

Главная примета термина — стремление к предельной точности в обозначении какого-то предмета или явления. Недаром же многие научные доклады и статьи начинаются со слов: «Прежде всего договоримся о терминах», вслед за чем следуют разъяснения: «Под словом таким-то я понимаю то-то» или «Следующий термин мы употребляем в таком-то значении».

То ли дело профессионализмы. Они и к литературному-то языку не всегда относятся. Сантехники говорят «краны́», а не «кράны», моряки на своих судах по водам аки по суше ходят, а не плавают. Звукорежиссер «Радио Свобода» Марк Штильман тоже не чурается узкоспециальной лексики: «Первое, что вспоминается, — это словечко "подвесить". Мы употребляем его в значении "подключить". Подключить слушателя или эксперта к эфиру по телефону. А иногда у меня вырывается словосочетание "слушатель повесился", когда кто-то, не дождавшись очереди выступить в эфире, бросает трубку. И вот еще слово "замутировать". Никакого отношения к мутантам оно, конечно, не имеет. На многих режиссерских пультах есть кнопка "мьют" (mute). В буквальном переводе с английского "мьют" — "немой". На пульте же эта кнопка отключает конкретную линейку (кстати, тоже жаргонное слово) из общего потока звука. Как уже нетрудно понять, "замутировать" означает отключить какой-либо источник сигнала от записи или от эфира».

А теперь слово человеку другой профессии — актрисе московского театра «Сфера» Надежде Перцевой: «Работая в театре, часто использую следующие выражения: "поброшаем, покидаем текст" — значит быстро повторим диалог с партнером. "Пройти текст ногами" — значит физически распределить текст на сцене. "Ты не мне даешь мостик", то есть эмоционально завершаешь сцену».

К чему следует отнести эти примеры — к обычным профессионализмам или все-таки к профессиональному жаргону? Как отличить одно от другого? На эти вопросы отвечает Юлия Сафонова, член редакционного совета портала «Грамота.Ру»: «Прежде чем говорить о том, где лежит грань между профессионализмом и жаргоном, может быть, стоит сказать о том, что очень часто мы даже не знаем, что в своей обыденной речи, в нейтральной речи мы употребляем профессионализмы.

Профессионализм может очень часто из профессиональной сферы перейти в сферу общеупотребительную. Для этого: первое — он должен быть удобен, почему-то должен нравиться носителю. Скажем, он должен быть благозвучным, или очень эмоциональным, или слово, которое было известно с одним значением, вдруг употребляется с другим, и от этого весело или интересно.

Кроме того, еще очень важно, что для того, чтобы профессионализм стал общеупотребительным надо, чтобы то, что обозначал профессионализм, часто употреблялось нами всеми. Согласитесь, наверняка, у хирургов есть свои собственные профессиональные названия хирургических ножниц или еще каких-то специальных инструментов. Но вряд ли когда-нибудь это войдет в обиход. С другой стороны, даже лингвисты очень часто путают и не проводят грань между профессионализмом и сленгом. Что такое сленговые слова, жаргонные слова в отличие от профессионализма? Скажем, у нас с вами есть какое-то специальное слово, но мы почему-то берем другое слово из обихода и начинаем этим нейтральным словом называть то, что почему-то нам нужно в нашей профессиональной деятельности. Знаете ли вы, что такое "плашка"?

— Какая-то пластинка.

— Пластиночка, нашлепочка какая-то. Киношники и телевизионщики называют очень часто так подпись под каким-то кадром. Они не говорят «титры», потому что это, действительно, не титры. А вот непрофессионал может эту плашечку назвать титрами. Значит, очень часто профессионалы обращаются к каким-то другим словам, для того, чтобы подчеркнуть: «Ребята, я знаю, это не термин. Я не хочу здесь путать».

— Ему нужно просто очень точное название в связи с какой-то ситуацией.

— Да, хотя, наверное, есть какое-то строгое название, кстати, иногда мало кому известное. Мы тут должны сказать, что к профессионализмам относится не только та деятельность, которая законом одобряется, но и любая деятельность, которая позволяет зарабатывать. Давным-давно, в XIX в., были профессиональные нищие, впрочем, наверное, как и сегодня. Эти профессиональные нищие (очень ловкие) зарабатывали, например, так: они вставали за спину другого нищего и сразу протягивали обе руки — и правую, и левую. Таким образом, они собирали денег в два раза больше, по крайней мере. Именно отсюда пошло выражение «двурушничать». Этот профессионализм стал общеупотребительным словом, а пришел он из языка нищих. Даже для XIX в. это была маргинальная среда...

— В связи с этим хочу спросить вот что. Можно ли найти более современные примеры? Бывает ли, что и в наши дни слово из профессиональной среды перекочевывает в язык нейтральный?

— Приведу не очень веселенький примерчик, но это язык, что же делать? Все мы сегодня знаем выражение «груз-200». Это, конечно, из профессионального жаргона военных.

— Я думаю, что даже не из жаргона. Это какие-нибудь официальные бумаги так маркировались.

— Может быть. Я не хочу утверждать, потому что в свое время я как-то попыталась докопаться до какой-то вероятности... Говорят, что приказ Министерства обороны, в котором было изложено, как перевозить убитых, имел такой номер. Поэтому этот груз назывался «груз-200». Другое дело, а почему они там так выражались — груз? Потому что когда в Афганистане шла война, то летчики, чтобы их не понимала другая сторона, говорили: «Везу груз-200». Причем, если раньше груз-200 обычно упоминали только в связи с самолетами, то сейчас это может быть любым транспортом. Пожалуйста, это свежий пример.

Надо сказать, что очень часто слово обиходное для разных сфер деятельности профессиональной может значить разное. Именно из-за этого, когда ты попадаешь не в твою профессиональную среду, ты можешь половину слов не понимать.

— Да, тебе кажется, что это говорят на незнакомом языке зачастую, если слишком много терминов или жаргонных профессиональных выражений.

— Или наоборот, употребляют слова, которые ты знаешь, но ты понимаешь, что они о чем-то другом говорят. Об этом возможном непонимании всегда должны помнить те, кто общается с людьми других профессий. С ними надо употреблять только общелитературные слова. В любой сфере абсолютно есть профессиональные слова. Почему они возникают? Ну вот пример. Ты целый день работаешь в офисе. Иногда тебе делать нечего. Как-то ты начинаешь в хорошем смысле изгаляться, что-то придумывать.

— Необязательно так. Люди могут быть даже вполне загруженными работой, но работа монотонная. — И тогда они начинают придумывать.

— И тогда они начинают друг друга веселить! Начинают украшать свою жизнь, придумывая какие-нибудь яркие выражения. Я недавно, совершенно случайно, на сайте, который не имеет никакого отношения к лингвистике, сайт «Работа.ру» вдруг обнаружила, что там существует специальный словарь. Называется он «Живой офисный словарь». Он, действительно, живой, потому что это не лингвисты собирают примеры. А слово, его толкование и примеры применения этого слова возникают благодаря пользователям этого сайта. Они присылают. Надо сказать, что большинство этих слов, действительно, относится к жизни людей, скажем так, проводящих время в кабинете и за столом. И вот там есть отчаянно смешные вещи. Например, меня очень порадовало: «Гена (*сокращенно*) — генеральный директор. *Пример*: "Гена зоопарка настоящий козел"».

— Словарь хорош. Во-первых, лингвистам до сих пор, во всяком случае, в России, не удастся фиксировать ежедневную, ежесекундную, ежеминутную речевую деятельность. Во-вторых, это хорошо, что это Интернет-сообщество. Значит, каждый вправе написать даже, может быть, один раз он это употребил, придумал и, может быть, это никогда не приживется. Но это уже потому интересно, что это его творческий лингвистический опыт. Потом мне нравится, что это добрый словарь. Когда язык не обижает, когда он становится предметом игры, незлобной игры, это говорит о том, что, во-первых, мы стали жить получше, как это не странно, о том, что люди развивают свой языковой вкус, и о том, что они прекрасно понимают, что не надо, там, браниться, а можно вот так, в языковой игре свою энергию каким-то образом реализовывать.

Замечу, что я все-таки встретила в «Живом офисном словаре» несколько профессионализмов, которые вовсе не кажутся мне добрыми.

Лилия Пальвелева, радио «Свобода» (goo.gl/GfqEPp)

Вопросы и задания

1. В предложенном списке выберите проблемы, которые поднимаются в тексте:
 - 1) поиск и отбор научной литературы;
 - 2) оформление деловых бумаг;
 - 3) разграничение сфер употребления терминов;
 - 4) целесообразность речевого взаимодействия;
 - 5) кодификация литературной нормы;
 - 6) разграничение сфер употребления профессиональной лексики;
 - 7) классификация речевых ошибок;
 - 8) структурирование текста публичного выступления;
 - 9) дифференциация коммуникативных ситуаций;
 - 10) определение коммуникативной цели.
2. Выберите возможные пути решения этих проблем.
 - 1) Специалистам одной профессии удобно использовать профессионализмы, т. к. одним словом можно заменить словосочетание или часть высказывания. Тем самым минимальным количеством языковых средств возможно передать максимум информации.
 - 2) Если специалисты занимаются разными видами деятельности, то при вступлении в диалог им следует избегать профессионализмов, для того, чтобы достичь взаимопонимания и избежать ситуации двусмысленности при восприятии высказываний.
 - 3) Термины и профессионализмы необходимо использовать при работе над текстом научной работы.
 - 4) Специалисты, занимающиеся одним видом деятельности, должны употреблять только профессиональную лексику для того, чтобы достичь коммуникативной цели.
 - 5) Если специалисты занимаются разными видами деятельности, то при вступлении в диалог им следует употреблять профессионализмы, для того, чтобы достичь взаимопонимания и избежать ситуации двусмысленности при восприятии высказываний.

Тема 1. Учебное задание 2

Ознакомьтесь с текстом, проанализируйте его и выполните задания, расположенные после текста.

Текст

Американцы утверждают: «Бизнес — это умение разговаривать с людьми». Эта непреложная истина обеспечила успех Дейлу Карнеги, открывшему свой институт в период тяжелой депрессии, поразившей американскую экономику. Первыми, кто прослушал в нем курс «Искусство умело пользоваться речью и оказывать влияние на людей в деловом мире», были предприниматели и специалисты, представлявшие экономическую и управленческую элиту Америки.

Уметь выразить свою мысль ярко, образно, убедительно, логично, доступно, уметь расположить к себе собеседника, аудиторию, уметь грамотно вести деловую переписку, составить текст документа должен не только менеджер или руководитель предприятия. Эти требования распространяются на всех современных специалистов, вступающих в социально-правовые отношения, демонстрирующих профессиональные навыки.

На практике мы часто сталкиваемся с речевой беспомощностью и функциональной безграмотностью руководителей всех уровней. Неясное представление особенностей

функционирования языка в различных сферах, незнание особенностей устной и письменной форм речи, жанровых особенностей документов, устных жанров и речевых норм не является, к сожалению, редкостью в среде управленцев, снабженцев, финансистов, как, впрочем, и среди представителей других профессий.

Уровень речевой культуры и речевой компетенции в России начал падать не вчера и не пять—десять лет тому назад. Еще в 1928 г. эта проблема была выдвинута как первоочередная крупнейшими отечественными лингвистами.

Сегодня лингвистические культурноречевые курсы все чаще вводятся в учебные программы студентов-экономистов, управленцев, инженеров и т. д.

Три основных аспекта речевой культуры: нормативный (соблюдение речевых норм), коммуникативный (умение добиваться поставленной цели, используя все языковые возможности) и этикетный (умение использовать этикетные формы и средства для достижения взаимопонимания и гармонизации диалога) — требуют подробного рассмотрения и изучения.

Соблюдение литературных норм — базовое важнейшее требование делового общения. Несоблюдение речевых норм: безграмотные обороты, лексические, грамматические и др. ошибки создают своеобразные помехи при восприятии речи. Такая речь (особенно устная) не только плохо усваивается, но и не с лучшей стороны характеризует ее (автора) адресата.

Некоторые ошибки в деловой речи превратились в речевые штампы, например, использование предлога *согласно* с Р. п. вместо Д. п.:

- *согласно закона* — нужно *согласно закону*;
- *согласно приказа* — нужно *согласно приказу*.

Ошибки сегодня попадают даже в министерские номенклатурные наименования, названия государственных учреждений:

- *Государственная налоговая инспекция по г. Москве* вместо *Государственная налоговая инспекция г. Москвы*;
- *Департамент по промышленности* вместо *Департамент промышленности*.

Безграмотная звучащая и письменная речь обуславливает сдвиги в сознании воспринимающих (адресатов), создавая порочный круг.

Ошибки тиражируются со скоростью распространения информации. Стоило одному человеку обратиться к главе правительства в официальной обстановке *Виктор Степаныч* (разговорно-бытовая фонетическая форма), как это стало общепринятым.

С соблюдения речевых и этических норм начинается культура. У нас даже в правительственных кругах в официальной беседе принято «тыкать», причем ты-общение сочетается с обращением по имени и отчеству, то есть не различаются ты- и вы-общение. Между тем выбор формы ты- или вы-общения служит важнейшим инструментом определения социальной дистанции и степени официальности общения. Оно начинается с определения расстояния между говорящими (социальная дистанция, личная дистанция) и выбора эмоционально-интонационного рисунка, сглаживающегося по мере возрастания официальности общения.

Требование соблюдения этикетных норм возрастает в условиях официальности. В публичной речи даже этикетные сообщения вводятся при помощи разрешительных этикетных же фраз:

- *Позвольте мне поздравить Вас...*
- *Разрешите мне прочитать приветствие от...*

Важнейшим принципом соблюдения этикетных норм является принцип вежливости, забота о чувстве внутреннего достоинства собеседника. Поэтому яркой чертой поведения цивилизованных управленцев является повышенная вежливость в общении с подчиненными, которая предполагает в том числе мотивацию принятых индивидуально решений. К сожалению, мы только приближаемся к этим азам корпоративной культуры.

Коммуникативный этикет речевой культуры представляет собой высшую ступень владения языком. Языковое мастерство, умение выстроить речь, подчинив ее композицию определенному замыслу, умение пользоваться всем арсеналом выразительных и образных средств языка — все эти качества позволяют успешно использовать речевые тактики и стратегии в ходе деловых переговоров, обсуждений, диспутов, при подготовке докладов, презентационных речей и т. п.

Америка и Россия имеют различные традиции парламентской, судебной и особенно деловой риторики. Руководители США всегда отличались красноречием. Авраам Линкольн, Дэниел Уэбстер, Генри Клей, Уэндел Филиппс, Генри Уарг Бичер, Уильям Дженингс Брайон, Франклин Д. Рузвельт оставили образцы красноречия, которые стали национальным достоянием.

Это политическое красноречие питало все сферы речевого общения. Оно стало неотъемлемой составляющей речевого портрета удачливого менеджера, государственного чиновника, адвоката, публициста...

Демократия была той благодатной почвой, которая питала стремление выделиться благодаря своим способностям, осуществить карьеру, самые смелые замыслы благодаря умению влиять на людей, выступая публично, рекламировать себя и свои идеи.

Россия не имела опыта демократии. Выдержки из выступлений лидеров советского и постсоветского периода используются говорящими скорее как иронический прием портретирования или просто в качестве анекдота. Неумение говорить «без бумажки» обнаружилось с введением в практику телевидения такого понятия, как «прямой эфир». Спотыкания, слова-паразиты, оборванные фразы, бесконечные повторы, иногда незнание ситуации, невозможность закончить сложное предложение, передать чужую мысль, подвести итоги сказанному «разделили» наших чиновников и парламентариев, сделали очевидным их уровень речевой культуры.

Судебное красноречие, расцветшее в России в конце XIX — начале XX вв., не оказало сколь-нибудь серьезного влияния на остальные сферы общественной жизни. Политическое красноречие периода революции и гражданской войны было деструктивным и в конце концов скатилось к демагогии. В течение семи десятилетий длилась война со свободным словом, нанеся тяжелейший урон речевому сознанию современников.

Сегодня мы оглядываемся назад на три-четыре поколения, пытаясь возродить этикетные формулы делового общения. В поисках риторического идеала мы вынуждены обращаться к духовным отцам русского народа — Сергию Радонежскому, Протопопу Аввакуму — классикам русской литературы, проповедовавшим соборность, открытость, правдолюбие. Риторический идеал в нашей стране имеет своеобразие. Отзывчивость русской души не соотносима, например, с лобовыми приемами американской риторики. Так, знаменитые приемы трех «да» и шокирующего начала в русском диалоге просто «не работают». Поэтому нельзя безоглядно принимать все советы Пола Соппера или Роджера Фишера, написавших действительно важные и нужные для овладения навыками ораторского и политического мастерства книги.

Устное деловое общение в России разительно отличается от письменного с его тяготением к языковому стандарту, использованием клишированных фраз, их строгой закреплённостью к текстовой структуре документа.

В области деловой переписки мы обладаем традициями с тысячелетней историей. Поэтому вполне понятно, что арсенал стандартных средств у нас очень велик. Он отражает все многообразие производственных и экономико-правовых ситуаций.

(М. В. Колтунова, goo.gl/TNR2kT)

Вопросы и задания

1. Выберите из списка умения, необходимые в деловом общении, которые названы в тексте:

- 1) выразить свою мысль ярко, образно;
- 2) передать информацию доступно, понятно;
- 3) сформулировать свою мысль логично и убедительно;
- 4) составить текст документа в соответствии с деловой ситуацией;
- 5) расположить к себе собеседника;
- 6) грамотно вести деловую переписку.

2. Выберите из списка те основные аспекты речевой культуры, которые названы в тексте:

- 1) альтернативный;
- 2) метаязыковой;
- 3) философский;
- 4) этикетный;
- 5) лингвистический;
- 6) логический;
- 7) исторический;
- 8) эстетический;
- 9) литературно-художественный;
- 10) эпистолярный;
- 11) нормативный;
- 12) деривационный;
- 13) окказиональный;
- 14) лексический;
- 15) коммуникативный;
- 16) поэтический;
- 17) деловой;
- 18) личностный.

3. Проанализируйте содержание текста и выберите из списка профессионально обусловленные характеристики современного специалиста:

- 1) иметь грамотную речь;
- 2) владеть речевыми стратегиями;
- 3) знать, что сказать здесь и сейчас;
- 4) обладать политическим красноречием;
- 5) иметь профессиональные навыки;
- 6) использовать просторечие;

- 7) применять образные средства языка;
- 8) рекламировать себя и свои идеи;
- 9) быть вежливым;
- 10) использовать жаргонизмы;
- 11) употреблять диалектную лексику;
- 12) работать с документами;
- 13) знать жанровые особенности деловых бумаг;
- 14) употреблять слова-паразиты;
- 15) предпочитать форму ты-общения;
- 16) допускать речевые ошибки;
- 17) соблюдать нормы литературного языка;
- 18) соблюдать деловой этикет;
- 19) применять речевые штампы.

4. Выберите из списка соответствующую характеристику нормативного аспекта речевой культуры:

- 1) умение добиваться поставленной цели, используя все языковые возможности;
- 2) редактирование деловых бумаг;
- 3) составление текста аннотации научной статьи;
- 4) оформление титульного листа курсовой работы;
- 5) соблюдение речевых норм;
- 6) умение пользоваться лингвистическими словарями;
- 7) оформление библиографического списка;
- 8) участие в научной конференции;
- 9) умение вести дискуссию;
- 10) умение использовать этикетные формы и средства для достижения взаимопонимания и гармонизации диалога.

5. Выберите из списка соответствующую характеристику коммуникативного аспекта речевой культуры:

- 1) умение добиваться поставленной цели, используя все языковые возможности;
- 2) редактирование деловых бумаг;
- 3) составление текста аннотации научной статьи;
- 4) оформление титульного листа курсовой работы;
- 5) соблюдение речевых норм;
- 6) умение пользоваться лингвистическими словарями;
- 7) оформление библиографического списка;
- 8) участие в научной конференции;
- 9) умение вести дискуссию;
- 10) умение использовать этикетные формы и средства для достижения взаимопонимания и гармонизации диалога.

6. Выберите соответствующую характеристику этикетного аспекта речевой культуры:

- 1) умение добиваться поставленной цели, используя все языковые возможности;
- 2) редактирование деловых бумаг;
- 3) составление текста аннотации научной статьи;
- 4) оформление титульного листа курсовой работы;
- 5) соблюдение речевых норм;
- 6) умение пользоваться лингвистическими словарями;

- 7) оформление библиографического списка;
- 8) участие в научной конференции;
- 9) умение вести дискуссию;
- 10) умение использовать этикетные формы и средства для достижения взаимопонимания и гармонизации диалога.

Тема 2. Учебное задание 3

Прочитайте микротексты. Выполните задания.

Микротекст 1

Как передает наш корреспондент, вчера над центральными районами Свердловской области прошла небывалой силы гроза. В ряде мест были повалены телеграфные столбы, порваны провода, с корнем вырваны столетние деревья. В двух городах возникли пожары в результате удара молнии.

Вопросы и задания

1. Выберите стиль текста:
 - публицистический;
 - литературно-художественный;
 - официально-деловой;
 - научный.
2. Выберите подстиль текста:
 - прозаический;
 - газетно-журнальный;
 - телерадиожурналистский;
 - канцелярский (собственно официально-деловой);
 - учебно-научный.
3. Выберите жанр текста:
 - заявление;
 - репортаж;
 - глава учебника;
 - рассказ/повесть;
 - резюме.
4. Выберите функцию текста:
 - эстетическая;
 - передача информации об общественном событии;
 - передача служебной информации, функция волеизъявления;
 - передача объективной информации о научном понятии;
 - передача информации о погодных условиях.
5. Выберите сферу функционирования текста:
 - искусство;
 - общественная деятельность человека;
 - деловая активность;
 - научная деятельность человека;
 - производственная деятельность человека.

6. Выберите отличительный признак текста:

- стандартизованность средств выражения;
- образность, выразительность;
- регламентированность;
- строгая аргументированность.

Микротекст 2

Редкие в пепельном рассветном небе задымились звезды. Из-под туч тянул ветер. Над Доном на дыбах ходил туман и, пластаясь по откосу меловой горы, сползал в яры серой безголовой гадюкой.

Вопросы и задания

1. Выберите стиль текста:

- публицистический;
- литературно-художественный;
- официально-деловой;
- научный.

2. Выберите подстиль текста:

- прозаический;
- газетно-журнальный;
- телерадиожурналистский;
- канцелярский (собственно официально-деловой);
- учебно-научный.

3. Выберите жанр текста:

- заявление;
- заметка в новостях;
- глава учебника;
- рассказ/повесть;
- статья.

4. Выберите функцию текста:

- эстетическая;
- передача информации об общественном событии;
- передача служебной информации, функция волеизъявления;
- передача объективной информации о научном понятии;
- передача информации о погодных условиях.

5. Выберите сферу функционирования текста:

- искусство;
- общественная деятельность человека;
- деловая активность;
- научная деятельность человека.

6. Выберите отличительный признак текста:

- стандартизованность средств выражения;
- образность, выразительность;
- регламентированность;
- строгая аргументированность.

Микротекст 3

В Вене прошел симпозиум «Языки наших соседей — наши языки», в котором участвовали представители государств-членов Европейского Союза и стран-кандидатов, Эстонию представляли сотрудники отдела общего образования Кристи Мере и Керсти Кальдма, которые выступили на симпозиуме с докладом.

Вопросы и задания

1. Выберите стиль текста:

- публицистический;
- литературно-художественный;
- официально-деловой;
- научный.

2. Выберите подстиль текста:

- прозаический;
- газетно-журнальный;
- научно-популярный;
- канцелярский (собственно официально-деловой);
- учебно-научный.

3. Выберите жанр данного текста:

- заявление;
- заметка в новостях;
- глава учебника;
- рассказ/повесть;
- статья в газете.

4. Выберите функцию текста:

- эстетическая;
- передача информации об общественном событии;
- передача служебной информации, функция волеизъявления;
- передача объективной информации о научном понятии;
- передача информации о погодных условиях.

5. Выберите сферу функционирования текста:

- искусство;
- общественная деятельность человека;
- деловая активность;
- научная деятельность человека.

6. Выберите отличительный признак текста:

- стандартизованность средств выражения;
- образность, выразительность;
- регламентированность;
- строгая аргументированность.

Микротекст 4

Прошу Вашего содействия в допуске к архивным материалам для работы над исследованием «Ингермаландцы в Лужском районе». Ввиду того, что мое пребывание в г. Москве ограничено, прошу предоставить материалы 14.05.2018.

Вопросы и задания

1. Выберите стиль текста:

- | | |
|-------------------------------|-----------------------|
| • публицистический; | • официально-деловой; |
| • литературно-художественный; | • научный. |

2. Выберите подстиль текста:

- | | |
|---------------------------|----------------------------|
| • прозаический; | • канцелярский (собственно |
| • газетно-журнальный; | официально-деловой); |
| • телерадиожурналистский; | • учебно-научный. |

3. Выберите жанр текста:

- | | |
|-------------------|--------------------|
| • заявление; | • рассказ/повесть; |
| • заметка; | • статья. |
| • глава учебника; | |

4. Выберите функцию текста:

- эстетическая;
- передача информации об общественном событии;
- передача служебной информации, функция волеизъявления;
- передача объективной информации о научном понятии;
- передача информации о погодных условиях.

5. Выберите сферу функционирования текста:

- | | |
|---------------------------------------|----------------------------------|
| • искусство; | • деловая активность; |
| • общественная деятельность человека; | • научная деятельность человека. |

6. Выберите отличительный признак текста:

- | | |
|--|--------------------------------|
| • стандартизованность средств выражения; | • регламентированность; |
| • образность, выразительность; | • строгая аргументированность. |

Микротекст 5

Каждый функциональный стиль современного русского литературного языка — это подсистема, которая определяется условиями и целями общения в какой-либо сфере общественной деятельности и обладает совокупностью стилистически значимых языковых средств.

Вопросы и задания

1. Выберите стиль текста:

- | | |
|-------------------------------|-----------------------|
| • публицистический; | • официально-деловой; |
| • литературно-художественный; | • научный. |

2. Выберите подстиль текста:

- | | |
|---------------------------|----------------------------------|
| • прозаический; | • канцелярский |
| • газетно-журнальный; | (собственно официально-деловой); |
| • телерадиожурналистский; | • учебно-научный. |

3. Выберите жанр текста:

- заявление;
- заметка в новостях;
- глава учебника;
- рассказ/повесть;
- статья.

4. Выберите функцию текста:

- эстетическая;
- передача информации об общественном событии;
- передача служебной информации, функция волеизъявления;
- передача объективной информации о научном понятии;
- передача информации о погодных условиях.

5. Выберите сферу функционирования текста:

- искусство;
- общественная деятельность человека;
- деловая активность;
- научная деятельность человека.

6. Выберите отличительный признак текста:

- стандартизованность средств выражения;
- образность, выразительность;
- регламентированность;
- строгая аргументированность.

Тема 3. Учебное задание 4

Определите ударную позицию в словах.

Для выполнения задания рекомендуется пользоваться следующим источником:

Орфоэпический словарь русского языка : Произношение, ударение, грамматические формы / под ред. Р. И. Аванесова. — Москва, 1999.

Расставьте ударение в следующих именах существительных.

слово	генезис	индустрия
алфавит	диспансер	исповедание
апостроф	досуг	каталог
асбест	жалюзи	катарсис
газопровод	знамение	недуг
обеспечение	отрочество	приговор
столяр	торты	ходатайство

Тема 3. Учебное задание 5

Определите лексическое значение иноязычного слова.

Для выполнения задания рекомендуется пользоваться следующими источниками:

- 1) Крысин А. П. Толковый словарь иноязычных слов / А. П. Крысин. — Москва, 1998.
- 2) Новейший словарь иностранных слов и выражений. — Москва, 2007.

Слово	Ответ
альтернатива [фр. alternative // лат. alter один из двух]	
альтруизм [фр. altruisme // лат. alter другой]	
амбиция [фр. ambition // лат. ambitio честолюбие, тщеславие]	

Слово	Ответ
апелляция [лат. appellatio обращение, жалоба]	
апологет [гр.; см. <i>апологетика</i>]	
вердикт [англ. verdict // лат. vere dictum букв. верно сказанное]	
генерация [лат. generatio рождение]	
генезис [гр. genesis происхождение, возникновение]	
дилетант [ит. dilettante // лат. delectare услаждать, забавлять]	
дистрибьютор [англ. distribute распределять]	
инсинуация [лат. insinuatio вкрадчивость]	
импозантный [фр. imposant производящий впечатление]	
легитимный [лат. legitimus законный, правомерный]	
консенсус [лат. consensus согласие, единодушие]	
катаклизм [гр. kataklysmos наводнение, потоп]	
креативный [англ. creative // лат. creatio создание]	
лапидарный [лат. lapidarius высеченный на камне]	
менталитет [фр. mentalite склад ума]	
мониторинг [англ. monitoring наблюдение, оценка, прогноз]	
нонсенс [англ. nonsense // лат. non не, нет + sensus смысл, разум]	
ортодокс [др.-греч. ὀρθόδοξος правоверный]	
ортодоксальный [гр. orthodoxos правоверный]	
прессинг [англ. pressing давление, сжатие]	
пунктуальный [фр. ponctuel // лат. punctualis точный]	
презентация [лат. praesentatio // praesentare представлять]	
пацифизм [лат. pacificus умиротворяющий]	
педантичный [французское pedant, от итал. pedante, первоначально — учитель, педагог]	
плюрализм [от лат. pluralis — множественный]	
синекура [лат. sine cura без заботы]	
схоластический [< лат. scholastic мыслить, рассуждать]	
толерантность [лат. tolerantia терпение]	
унификация [уни... + лат. facere делать]	
фиктивный [фр. fictif // лат. fictio вымысел]	
фолиант [нем. Foliant // лат. folium лист]	
эксклюзивный [фр. exclusif < лат. excludere исключать]	
экскурс [лат. excursus уклонение, отступление (в речи)]	
эксцесс [лат. excessus выход; уклонение]	
электорат [лат. elector избиратель]	
эпатаж [фр. epatage < epater поражать, ошеломлять]	
эскорт [фр. escorte конвой, охрана]	

Тема 3. Учебное задание 6

1. Укажите род иноязычных несклоняемых имен существительных:

Иноязычные несклоняемые существительные	Ответ	Иноязычные несклоняемые существительные	Ответ
реноме		жюри	
коммунике		интервью	
авеню		досье	
такси		атташе	
метро		рантье	
фиаско		депо	
конферансье		вето	
шасси		авизо	
рефери		импресарио	
эмбарго		Хельсинки	
табу		Батуми	
кутюрье		Тбилиси	
резюме		Туапсе	
либретто		Сочи	

2. Употребите аббревиатуры с глаголами в форме прошедшего времени.

Для справок: АИС — автоматическая информационная система; МВФ — Международный валютный фонд; ОПЕК — Организация стран — экспортеров нефти ФПГ — финансово-промышленная группа; ЧИФ — чековый инвестиционный фонд; АОЗТ — акционерное общество закрытого типа; ТОО — товарищество с ограниченной ответственностью.

Аббревиатура	Ответ	Аббревиатура	Ответ
ООН		ЧИФ	
ОПЕК		ИНН	
ФСБ		АОЗТ	
МВФ		ТОО	
ФПГ		ОМОН	

3. Запишите форму родительного падежа множественного числа следующих имен существительных:

Слово	Ответ
англичане	
апельсины	
бланки	
ботинки	
гектары	
горожане	
грузины	
комментарии	
монголы	
сапоги	
солдаты	
таджики	
томаты	
якуты	
ясли	

4. Исправьте в предложении ошибки, связанные с неверным выбором формы числительного:

Предложение	Ответ
1. Шестеро журналисток были направлены на место событий.	
2. На обоих курсах проходят обучение будущие редакторы.	
3. Предложение принято триста семьдесят пятью голосами.	
4. Длина окружности равна четыреста двадцати двум сантиметрам.	
5. В пресс-службу поступило более семь тысяч восемьсот писем.	
6. Промышленная зона находится в двухста пяти километрах от города.	
7. Высота Останкинской башни со стальной трубчатой антенной равна пятьюстам сорока метрам семдесят четырем сантиметрам.	
8. На предприятии не хватает пять тысяч триста сорок восемь человек.	

Тема 3. Учебное задание 7

Из каждой пары предложений выберите предложение, в котором нет ошибок в управлении:

Управляющий производства отклонил данное предложение. Управляющий производством отклонил данное предложение.
Руководитель предприятием должен контролировать соблюдение правил техники безопасности. Руководитель предприятия должен контролировать соблюдение правил техники безопасности.
Согласно приказа ректора, университет переходит на шестидневную форму обучения. Согласно приказу ректора, университет переходит на шестидневную форму обучения.
В случае нарушения данной инструкции учащийся допускается к занятиям только с письменного разрешения заведующего лабораторией. В случае нарушения данной инструкции учащийся допускается к занятиям только после письменного разрешения заведующего лабораторией.
Нужно улучшать технологии переработки отходов с этих фабрик. Нужно улучшать технологии переработки отходов этих фабрик.
Прошу принять меня на работу в должности юрисконсульта. Прошу принять меня на работу на должность юрисконсульта.

Контрольные задания

1. Лингвисты характеризуют язык как:

- систему периодических элементов;
- язык программирования;
- исторически сложившуюся знаковую систему;
- язык математических символов.

2. К единицам языка лингвисты относят:

- фонему;
- абзац;
- лексему;
- словосочетание.

3. К уровням, которые образуют единицы языка, относят:

- функциональный;
- фонетический;
- синтаксический;
- лексический;
- буквенный.

4. Главными функциями языка являются:

- коммуникативная;
- когнитивная;
- экспрессивная;
- директивная.

5. Просторечием называют:

- разновидность языка, характерную для устного общения в определенной социальной или профессиональной группе;
- не закрепленную территориально устную речь людей, не владеющих нормами литературного языка;
- разновидность национального языка, которая служит средством общения людей на определенной территории, много меньшей, чем вся территория распространения этого языка;
- закрепленную территориально устную речь горожан, не владеющих нормами литературного языка.

6. Литературным языком называют:

- язык художественной литературы;
- универсальное средство устного общения нации;
- высшую форму национального языка;
- исторически сложившуюся систему знаков.

7. В каких словах пропущенная буква и пишется, и произносится:

- пер...спектива, конста...тировать, ч...резвычайный, компроме...тировать;
- на...смешка, инци...дент, бес...ребренник, преце...дент;
- растен...еводство, ч...резмерный, тер...акт, при...дет;
- задолж...нность, алюмин...евый, поли...тиленовый.

8. Слова с неверным ударением:

- квАртал;
- алфавИт;
- тУфля;
- шОфер;
- Эксперт.

9. Слово с неверным ударением:

- обеспечЕние;
- договОр;
- каталОг;
- ходАтайство.

10. Слова, имеющие окончания -ы в форме именительного падежа множественного числа:

- бухгалтер;
- договор;
- паспорт;
- инженер;
- директор.

11. Слова, имеющие окончание -ов в форме родительного падежа множественного числа:

- сапоги;
- офицеры;
- килограммы;
- гектары;
- солдаты.

12. Нарушения норм употребления имен существительных содержат словосочетания:

- коварный цунами;
- солидное атташе;
- строгое эмбарго;
- новое коммюнике.

13. К существительным мужского рода относят:

- портмоне;
- кашне;
- кутюрье;
- рефери.

14. Нарушения норм употребления числительных содержат предложения:

- За событиями наблюдают трое журналистов.
- Расследуется дело о хищении пяти миллионов шестиста девяноста тысяч рублей.
- Контрольная работа выполнена шестидесятью семью студентами.
- Восемь студенток получили темы рефератов.

15. Нарушения норм управления содержит предложение:

- Студентка поделилась своими впечатлениями.
- Мне такое утверждение кажется странным.
- Директор проинформировал акционеров о финансовом состоянии дел.
- Я хочу предупредить вас от этой опасности.

16. Нормы сочетаемости слов нарушены в словосочетаниях:

- глубокая весна;
- высшее образование;
- основать выводы;
- цветная металлургия.

17. Значение слова указано неверно:

- преамбула — общая вводная часть документа;
- реноме — краткий вывод;
- коммюнике — официальное сообщение.

18. Устойчивый оборот употреблен с ошибкой в предложениях:

- У меня на душе кошки скребутся.
- Сдав последний экзамен, я отдыхал с чистой душой.
- Во время сессии голова идет по кругу.
- Не откладывайте дела в долгий ящик.

19. Слова, близкие по звучанию, но различные по значению, — это:

- синонимы;
- омонимы;
- паронимы;
- антонимы.

20. Общеупотребительными словами являются:

- машина, сахар, кофе, верста;
- блюминг, морковь, кровать, дом;
- небо, город, река, лес;
- плеоназм, этаж, знак.

21. Ошибки, вызванные нарушением лексической сочетаемости слов, содержат предложения:

- Фирма традиционно изготавливает ювелирные приборы, но может выполнять и другую продукцию.
- Новая встреча участников фестиваля состоялась только глубокой осенью.
- Правила следует выполнять, для того их и пишут.
- Эти данные позволили автору основать следующие выводы и предложения.

22. Речевую избыточность содержат предложения:

- У нас осталось полчаса времени, чтобы решить эту задачу.
- Высылаем вам для ознакомления прейскурант цен.
- В итоге все вопросы были решены.

23. Ошибку в употреблении устойчивых словосочетаний содержит предложение:

- Известно, какое важное значение в воспитании нашей молодежи имеет литература.
- Необходимо предпринять решительные меры, чтобы поднять темпы производства.
- Надо, чтобы профсоюзный комитет играл в деле защиты интересов работников предприятия главную роль.
- Львиная доля бюджетных средств была истрачена не по назначению.

24. Слова в родительном падеже, которые имеют окончание -ов:

- кулоны, армяне, цыгане;
- яблоки, браслеты, турки;
- погоны, ананасы, килограммы;
- томаты, центнеры, апельсины.

25. Установите соответствие между словами, определив правильный вариант управления:

1. принадлежность	одно другому
2. восхищаться	родителей
3. противоречит	организации
4. предупредить	героем
5. раздосадовать	ошибку

РАЗДЕЛ 2. УСТНАЯ ФОРМА КОНСТРУКТИВНОГО ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

ТЕМА 4. ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ УСПЕШНОГО РЕЧЕВОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

Особенности устной речи

Устная речь — это звуковая, произносимая речь, реализация и результат говорения. Устная речь представляет собой исконную форму существования языка (естественно, что вторая форма — письменная — возникла много позже устной), а иногда — единственную (диалекты, просторечие, жаргоны реализуются только в устной форме).

Основу и письменной, и устной речи составляет литературный язык, однако между письменной и устной речью есть существенные различия, которые зависят от ситуации общения и проявляются в составляющих обе формы речи элементах. Прежде всего, устная речь предполагает наличие реального собеседника или собеседников. Говорящий создает свою речь в процессе общения, поэтому для него важна реакция слушающего. В зависимости от характера этой реакции говорящий корректирует высказывание.

Устная речь реализуется в виде монолога и диалога. Монолог представляет собой развернутое высказывание одного лица, завершенное в смысловом отношении. Монолог — это чаще всего публичная речь, адресованная большому количеству людей. Особым видом монолога является ораторская речь: ораторский монолог диалогичен (об этом подробнее будет сказано в соответствующей лекции). Диалог — это обмен высказываниями между двумя или несколькими собеседниками. Диалог состоит из реплик-стимулов и реплик-реакций, которые тесно связаны по содержанию. Диалогическая речь — естественный, первичный тип общения. В обиходно-бытовом диалоге участники свободны в выборе языковых средств, не заботятся о форме и стиле высказывания. Публичный диалог строится с учетом присутствия аудитории, следовательно, с соблюдением литературной нормы.

Устная речь может быть неподготовленной, спонтанной, частично подготовленной и подготовленной. Первый вид речи реализуется в жанрах дружеской беседы, интервью, выступления в прениях и т. п. Содержание и форма таких речей заранее не продумываются.

Частично подготовленная речь — это речь, у которой продуманы цель и основное содержание. Это может быть заранее намеченный разговор, деловая беседа, интервью (если вопросы были даны респонденту перед началом опроса), публичная юбилейная речь, научный доклад и т. п.

У подготовленной речи предварительно продуманы цель, содержание, порядок изложения мыслей, словесное выражение. Типичные жанры такого вида речи — научный доклад, лекция, выступление на деловом совещании, выступление оппонента на дискуссии. Однако, будучи близкой по форме письменной речи, подготовленная устная речь сохраняет особенности устного монолога: произносится с интонацией спонтанной речи, не исключает импровизации, что способствует установлению контакта с аудиторией.

Вопросы и задания

Основу устной деловой речи составляет:

- | | |
|-----------------------|-----------------------------|
| 1) литературный язык; | 3) территориальный диалект; |
| 2) просторечие; | 4) жаргон. |

Коммуникативный кодекс делового человека

Попытки сформулировать принципы и правила использования языка в деловой речевой практике, в ведении переговоров в бизнесе были впервые предприняты западными лингвистами.

Принцип кооперации Грайса

Американский лингвист и философ британского происхождения Герберт Пол Грайс, получивший мировую известность в области философии языка, сформулировал в своей работе «Логика и речевое общение» один из основных принципов речевой коммуникации, названный им принципом кооперации. Принцип кооперации предполагает готовность собеседников действовать в соответствии с принятой целью и направлением разговора: «Ваш коммуникативный вклад в диалог должен быть таким, какого требует совместно принятая цель (направление) этого диалога», — писал Грайс. Другими словами, принцип кооперации — это готовность партнеров к сотрудничеству. Далее автор выделяет более конкретные постулаты, соблюдение которых соответствует принципу кооперации. Эти постулаты он делит на четыре категории — максимы: количества, качества, отношения и способа.

Максима количества связана с полнотой передаваемой информации. Требование к ней выражается в следующем:

- 1) твое высказывание должно содержать не меньше информации, чем требуется для достижения текущих целей диалога;
- 2) твое высказывание не должно содержать больше информации, чем требуется.

К максиме качества Грайс относит общий постулат: «*Старайся, чтобы высказывание было истинным*», — а также два более конкретных:

- 1) не говори того, что ты считаешь ложным;
- 2) не говори того, для чего у тебя нет достаточных оснований.

С максимой отношения связан, по Грайсу, постулат релевантности: «*Не отклоняйся от темы*».

Максима способа касается того, как именно строится речь. К этой максиме относится общий постулат: «*Выражайся ясно*», — и несколько частных:

- 1) избегай непонятных выражений;
- 2) избегай неоднозначности;
- 3) будь краток;
- 4) будь организован.

Формулируя принцип кооперации и постулаты речевого общения, Грайс исходит из того, что всякий, кто стремится к достижению конечной цели речевого общения (передаче и получению информации, оказанию влияния на других или подчинению себя чьему-то влиянию и т. п.), заинтересован в этом общении. Речевое общение, в свою очередь, может быть выгодно и полезно только при соблюдении принципа кооперации и следования постулатам.

Принцип вежливости Лича

Другой американский исследователь Джеффри Лич описал еще один ведущий принцип коммуникации: принцип вежливости, представляющий совокупность ряда максим.

Максима такта — максима границ личной сферы. В идеале любой коммуникативный акт предусматривает определенную дистанцию между участниками. Не следует затрагивать тем потенциально опасных — частная жизнь, индивидуальные предпочтения — любых тем, которые будут неприятны или некомфортны собеседнику и т. п.

Максима великодушия — максима необременения собеседника. Например, предложение должно быть сформулировано таким образом, чтобы его можно было отложить, не связывая партнера обещанием или клятвой.

Максима одобрения — максима позитивности в оценке других. Атмосфера, которая складывается в речевой коммуникации, зависит не только от отношения собеседников друг к другу, но и от отношения их к миру и от того, совпадают ли эти позиции.

Максима скромности — максима неприятия похвал в собственный адрес. Она предполагает реалистичную, объективную самооценку.

Максима согласия — максима неоппозиционности. Она предполагает отказ от конфликтной ситуации во имя решения более серьезной задачи. Конфликт снимается путем взаимной коррекции коммуникативных тактик собеседников.

Максима симпатии — максима благожелательности, которая создает благоприятный фон для перспективного предметного разговора. Неблагожелательность делает речевой акт невозможным, и, напротив, доброжелательность дает основания рассчитывать на положительное развитие речевой ситуации с намечающимся конфликтом.

Принцип кооперации Грайса и принцип вежливости Лича составляют основу **коммуникативного кодекса**, представляющего собой сложную систему принципов, регулирующих речевое поведение обеих сторон в ходе коммуникативного акта.

Сформулированные постулаты и максимы не имеют абсолютного значения, ни одна из максим сама по себе не обеспечивает успешного взаимодействия собеседников. Однако нельзя не признать, что применение описанных принципов позволяет более успешно организовать речевое общение, повысить его эффективность.

Вопросы и задания

1. Один из основных принципов речевой коммуникации, принцип кооперации, сформулировал:

- Г. Грайс;
- Дж. Лич;
- Д. Карнеги;
- Ю. В. Кнорозов.

2. В совокупность принципа вежливости не входит максима:

- такта;
- согласия;
- симпатии;
- качества.

3. максима согласия — это максима:

- благожелательности;
- границ личной сферы;
- неоппозиционности;
- необременения собеседника;
- неприятия похвал в собственный адрес.

Речевой этикет в устном общении

Основные принципы речевого этикета

Любая речь этикетна, но мера этикетности зависит от общей культуры человека, поэтому она может быть разной.

Этикет — это совокупность норм и правил поведения, регламентирующих внешние проявления отношения к людям. Это система разрешений и запретов, определяющих формы достойного поведения в разных сферах общения. И. Кант определил этику — науку, занимающуюся моралью, — как трамплин, который позволяет людям подняться выше самих себя, освободиться от эгоистических склонностей и видеть в других людях личности.

Этикет и речь тесно связаны. Совокупность правил поведения и форм учтивости — неотъемлемая часть имиджа делового человека.

Речь культурного человека исключительно этикетна, так как характеризуется подбором уместных для определенной ситуации слов. Словесные этикетные знаки несут информацию об установлении и поддержании контакта.

Особого внимания с точки зрения речевого этикета заслуживают следующие речевые ситуации:

- **привлечения внимания**, когда говорящий использует различные формулы обращения, фразы типа *простите, пожалуйста, вы не подскажете* и т. п.;
- **контактоустанавливающая**, продолжающая ситуацию привлечения внимания: например, фразы *Как дела?* или *Какими судьбами?* вовсе не являются вопросами по существу, а выражает реакцию на коммуникативную ситуацию встречи;
- **выражения эмоций**, также иногда входящая в ситуацию установления контакта, но не только. Конечно, прежде всего это реализация положительных эмоций, которые выражаются, например, в речевых клише *Рад Вас видеть, Приятно было с Вами работать* и т. п.;
- **ориентация на адресата** — речевой этикет в этом случае регулирует выбор формы общения в зависимости от адресата и ситуации общения;

- **директивная** (воздействия на собеседника) — это выражение просьб, пожеланий в различных языковых формах: *«Закройте, пожалуйста, дверь!»*; *«Вы бы не могли открыть окно?»*.

Выбор речевых формул зависит от ряда условий: официального или неофициального характера общения, статуса участников, их возраста, пола, культурно-образовательного уровня, степени знакомства и т. д. Например, речевой этикет приветствий предусматривает определенную очередность приветствия: первыми приветствуют младшие по возрасту или должности (социальному статусу) старших по возрасту или должности (социальному статусу). Однако контактоустанавливающие формулы может себе позволить в разговоре только старший по возрасту или статусу по отношению к младшему, если собеседники находятся не в паритетных отношениях по возрасту или должности.

Таким образом, мы используем речевые этикетные формулы в соответствии с распределением социальных ролей в официальной и неофициальной обстановке общения, которые, с одной стороны, регулируют, а с другой стороны, обнаруживают, показывают отношения членов общества по таким примерно линиям: свой — чужой, вышестоящий — нижестоящий, старший — младший, далекий — близкий, знакомый — незнакомый и даже приятный — неприятный. Вот пришел в спортивную секцию паренек, говорит своим приятелям: «Здорово, парни!». В данном случае он избрал такие знаки речевого поведения, которые ставят его наравне с другими, демонстрируют грубовато-фамильярную тональность общения, свойственную подросткам. Эти знаки говорят окружающим: «Я свой, близкий». Руководителю же секции, даже и молодому, он не может сказать: «Здорово, парень», — поскольку в этом случае будут нарушены нормы ролевых отношений — ведь старшему по положению надо отдать знаки внимания, соответствующие старшинству. Сила речевого этикета в том, что он отражает особый уровень информации, которой мы обмениваемся в общении, и дает нам возможность позиционировать себя в кругу общения в соответствии с нашими задачами.

Речевой этикет реализуется в ситуации непосредственного общения, когда «здесь» (в точке встречи) и «сейчас» (в момент встречи) «я» и «ты» открыто обмениваются «поглаживаниями». Именно поэтому выражения речевого этикета задевают нас лично (радует «исполнение» и огорчает «неисполнение» по отношению к нам). «Благодарю вас!» — во фразе, в ее структуре, грамматике, семантике отражены «я» и «ты», фраза равна добродетельному поступку «здесь» и «сейчас». А передаваемая информация носит социальный характер: «Я тебя замечаю, уважаю, вступаю с тобой в контакт, желаю тебе добра...» Недаром выражения речевого этикета по своему происхождению (в своей этимологии) означают доброжелательство: «здравствуйте» — будьте здоровы, то же и «поздравляю»; «благодарю» — благо дарю (за вашу услугу); «извините» — признаю свою вину и прошу простить; «спасибо» — спаси бог (за добрые дела) и т. д.

«Волшебство» речевого этикета и в том, что он действительно открывает двери к нашим человеческим взаимодействиям. Попробуйте-ка сказать, например, в транспорте: «Подвиньтесь!». Ваш адресат, скорее, истолкует это как грубое требование и будет вправе не выполнить действие: с какой стати вы приписываете себе роль требующего начальника, а ему отводите роль подчиненного?! Ведь требуют-то вышестоящие! А добавьте волшебное «пожалуйста» — и императивная форма уже выражает просьбу, достаточно уважительную, направленную к равному партнеру.

Действенная сила речевого этикета в его особых социальных и лингвистических свойствах.

Первое из них — требования общества, неотвратимость исполнения этикетных норм. Иначе говоря, если хочешь быть членом своей среды, общности, в том числе и национальной, исполняй то, что от тебя ожидают (в соответствии, конечно, с социальными ролями, положением в официальной или неофициальной обстановке, личными отношениями и т. д.).

Второе свойство: речевой этикет — социальные «поглаживания», он для нас комфортен, желанен, приятен, его все хотят получать, значит, надо его и отдавать.

Третье свойство — произнесение формулы речевого этикета представляет собой речевое действие, здесь слово есть дело, и, сказав «Спасибо!», человек тем самым совершает дело благодарности, дело это, как мы знаем, достаточно важное.

Четвертое свойство — в языковой структуре стереотипов речевого этикета заложены «я» говорящего лица и «ты» адресата, в некоторых случаях открыто («Я приветствую вас!»), в других — завуалировано («Привет!»). Но как бы то ни было, здесь всегда взаимодействуют «я» и «ты», сошедшиеся «здесь» и «сейчас».

Слово обладает необыкновенной силой. Оно и лечит, и наносит смертельные раны, смертельных врагов делает верными друзьями или дружбу превращает в ненависть и навсегда разлучает людей. И, видимо, потому с древних времен мудрецы призывают умело обращаться с этим грозным оружием.

Число реальных ситуаций, в которых ежедневно оказывается каждый из нас, бесконечно разнообразно. Составляющие их ситуативные переменные (характер общения, отношения между коммуникантами, цель общения, средства и способ общения и т. д.) определяют выбор речевых средств. Однако в любой ситуации нормативным признается поведение, в том числе и речевое, опирающееся на **основные принципы этикета**:

- **гуманизм** — вежливость в различных ее проявлениях: корректность, учтивость, почтительность, галантность, скромность, тактичность, обязательность и т. д.;
- **целесообразность** — регуляция поведения и внесение коррективов в случае необходимости;
- **эстетизм** — этот принцип заключается в стремлении нравиться людям, быть приятным для людей в общении. В этом смысле нет мелочей в поведении человека: речь, мимика, жесты, внешний вид, походка, звучание голоса — все играет роль;
- **соблюдение традиций и обычаев** — этот принцип демонстрирует связь времен, новых и старых правил хорошего тона, следование национальным нормам поведения, в том числе и речевого. Естественно, традиции и обычаи этикета общения различны у разных народов, в разных культурах. Так, например, в китайском этикете принято принимать из рук старшего по статусу передаваемую им вещь обеими руками в знак уважения, а в русской культурной традиции такой формулы поведения нет.

Официальная обстановка не просто предъявляет требования особой вежливости, уважительности к собеседнику, какое бы положение он ни занимал. Средствами этикета также подчеркивается дистанция официального общения. Это связано с выбором так называемого *общения на Вы* (его еще иногда называют *Вы-общение*). Независимо от социального статуса, пола и возраста собеседника *общение на Вы* предполагает не только обращение к собеседнику «Вы» и по имени и отчеству, но и определяет выбор темы обсуждения (деловое общение не выходит за рамки тем, обозначенных в повестке дня или предусмотренных

регламентом), дистанцию общения, тональность, лексический отбор и прочее. Нужно подчеркнуть, что официальная обстановка требует двустороннего *общения на Вы* в любой социальной и возрастной группе. В русской культуре принята трехименная система названия людей: фамилия, имя, отчество — обращение же предполагает имя и отчество.

Система обращений

Помимо обращения по имени-отчеству в деловом общении, мы используем в речи специальные *слова-обращения*: *гражданин, господин, доктор, профессор, официант* и т. д. Они выполняют в общении определенные функции:

- 1) обозначить адресата речи (**обращения-индексы**): они представляют собой имя или иное наименование человека (*Александр Петрович, доктор, товарищ полковник*);
- 2) регулировать тон и дистанцию обращения (**обращения-регулятивы**): они манифестируют отношения между говорящими — родственные, дружеские, профессиональные, официально-деловые и др. (*мама, брат, друзья, коллеги* и др.).

В большинстве европейских языков существуют общепринятые этикетные (индексные) обращения к любому человеку (например, *мистер, миссис, мисс* к одному человеку, *леди и джентльмены* к группе людей в английском, *мосье, мадам, мадемуазель* во французском и т. п.). Кроме того, присутствуют также и некоторые обращения по профессии: *учитель, профессор, генерал, полковник* и др.

Современная русская культура в отношении общепринятых в обществе обращений представляет собой любопытный феномен. Стандартные обращения, связанные с социальным статусом человека, к которому обращались: *господин, госпожа, барин, барыня, барич, барышня, любезный* и др. — были «изъяты» из употребления после революционных событий начала XX в. как отражающие социальное неравенство, на смену им пришли *гражданин, гражданка, товарищ*. Но они воспринимались общественным сознанием как слишком строгие (в 20-е и 30-е гг. возникла даже «смягченная» лексема *гражданочка*). Слово *товарищ* использовалось также в качестве обязательного элемента, предшествующего обращению по профессии: *товарищ водитель, товарищ продавец* и т. п. Однако эти обращения ощущались сугубо формальными, официальными и не прижились в повседневном общении (кроме обращения к группе людей словом *товарищи*, употребление которого стало вполне органичным в любой ситуации). За неимением других, в речи стихийно возникли нейтральные обращения, берущие за основу пол и возраст человека, к которому обращаются: *молодой человек, девушка, даже мужчина и женщина, бабушка, дедушка*.

После перестройки в конце 80-х гг., напротив, попробовали отказаться от обращения *товарищ* (которое осталось только в официальной уставной речи в армии: *товарищ полковник*) и *гражданин* (осталось в официальной протокольной речи в юриспруденции) и ввести снова забытые обращения *господин, госпожа, господа*. Однако теперь эти обращения также воспринимаются носителями языка как принадлежащие к высокому, книжному стилю речи, и люди в нейтральном, даже деловом общении продолжают обращаться к незнакомому человеку *молодой человек* и *девушка* или, если собеседник принадлежит к более старшей возрастной категории, стараются избежать прямого обращения, употребляя клише типа «*простите, пожалуйста...*», «*извините, Вы не подскажете...*» и т. п., воспринимая обращение *мужчина* и *женщина* как невежливые.

Если человек знаком говорящему, то естественным является только обращение к нему по имени и отчеству вне зависимости от профессии или социального статуса собеседника. В русском языке сохранилось только одно обращение, связанное с профессией, — *доктор*, и то оно используется не так часто и только тогда, когда имя и отчество врача неизвестны говорящему. Отсутствие в языке общепринятых нейтральных обращений заставляет сотрудников некоторых фирм, особенно служб поддержки, спрашивать клиентов в начале разговора: «Как я могу к Вам обращаться?» — предлагая по сути представиться, то есть назвать свое имя. А для обращения к коллективу приходится искать формы, связанные с признаком, объединяющим этих людей: *«уважаемые коллеги (сотрудники, студенты, соседи, садоводы...)»* или *«дорогие друзья»*.

Вопросы и задания

1. Этикет — это...
 - совокупность норм и правил поведения, регламентирующих внешние проявления отношения к людям;
 - исторически сложившаяся система знаков, то есть элементов, языковых единиц, которые используются в речи с целью коммуникации;
 - выбор и организация языковых средств, которые в определенной ситуации общения при соблюдении современных языковых норм и этики позволяют обеспечить наибольший эффект в достижении поставленных коммуникативных задач;
 - владение нормами устного и письменного литературного языка, т. е. правилами произношения, ударения, грамматики, словоупотребления.
2. Одним из основных принципов этикета является:
 - целесообразность;
 - целеустремленность;
 - эмоциональность;
 - кодифицированность.

Конфликтное взаимодействие

Процесс взаимодействия не всегда происходит в желаемом направлении. Между людьми, которые контактируют, могут возникнуть частичные противоречия, а может проявляться и антагонизм позиций, порожденный наличием в них ценностей, целей и мотивов, которые противоречат друг другу. Тогда отношения осложняются до такой степени, что говорят о возникновении межличностного конфликта, под которым принято понимать столкновение противоположных взглядов, интересов и действий отдельных людей и групп.

На психологическом уровне противоречие проявляется в сильных негативных переживаниях участников относительно ситуации, оппонентов и самих себя. Конфликт может привести к изменению системы отношений и ценностей. В условиях конфликта люди, словно по-другому начинают воспринимать реальность, прибегать к действиям, которые обычно им не свойственны. Важно подчеркнуть, что в конфликт перерастает не любое противоречие, а, как правило, такое, в котором представлены важные потребности, стремления, интересы, цели людей, социальный статус личности, ее престиж.

Если конфликт своевременно не разрешается, то это может привести к неврозу, болезненному состоянию, стойкому расстройству отношений между людьми.

Конечно, бывают ситуации, когда именно конфликты помогают решить злободневные проблемы. То есть, с одной стороны, конфликты создают напряженные взаимоотношения между людьми, переключают их внимание с непосредственных забот на «выяснение отношений», тяжело сказываются на нервно-психическом состоянии сторон конфликта, а с другой, межличностные конфликты могут иметь не только деструктивную, разрушительную, но и творческую силу, когда их преодоление способствует улучшению отношений, достижению взаимопонимания между людьми.

Конструктивная, позитивная роль конфликта может также заключаться в росте самосознания участников конфликта, если тот преследует социально значимую цель. Во многих случаях конфликт формирует и утверждает определенные ценности, объединяет единомышленников, играет роль предохранительного клапана для безопасного и даже конструктивного выхода эмоций. Таким образом, к самому факту конфликта нельзя относиться однозначно. Анализируя его, следует учитывать как социальную природу конфликта, так и психологические последствия.

Типология конфликтов в зависимости от их причин

Социально-психологическая сущность конфликта осознается и понимается скорее и эффективнее, если проведена некоторая классификация (типология) конфликтов по их признакам. Хотя единой классификации не создано, можно выделить наиболее общие типы конфликтов по одному из отличительных признаков.

По причинам появления конфликта выделяют следующие виды межличностных конфликтов:

- конфликты, вызванные недоразумениями в передаче и восприятии информации (отсутствие или недостаток информации; ошибочная информация; различия в понимании важности информации; различия в интерпретации информации; непохожесть в порядке и способах оценки информации);
- конфликты, вызванные особенностями взаимодействия (выразительные эмоции; неправильное толкование и стереотипность мышления; отсутствие обратной связи; часто повторяющиеся негативные поступки; различия в критериях оценки идей и поведения и т. д.);
- конфликты, возникшие на уровне служебно-коммуникативного взаимодействия, т. е. «вертикальные» и «горизонтальные» (первые могут быть типа «работник — руководитель» или наоборот, в зависимости от того, кто является инициатором конфликта, а вторые — типа «работник — работник», инициатива может исходить от одного из сотрудников или же от обоих одновременно).

Среди общих причин возникновения конфликтов, связанных с психологическими и социально-психологическими особенностями участников межличностного взаимодействия, можно назвать следующие:

- 1) ценностные факторы (принципы, которые провозглашает человек или отвергает; личностные системы убеждений, верований и т. п.);
- 2) особенности отношений, связанных с чувством удовлетворения от взаимодействия или его отсутствием (учитываются их основа, сущность, баланс силы, значимость для себя и других, продолжительность, совместимость/несовместимость сторон и др.);

- 3) поведенческие факторы (ущемление интересов, подрыв самооценки, эгоизм, безответственность, несправедливость, скептицизм, сосредоточение внимания на мелочах, грубость, давление и т. д.);
- 4) незнание характерных психологических свойств другого лица;
- 5) неправильное толкование мыслей, поступков (отсутствие неформального общения, в результате чего создается поверхностное представление о собеседнике; психологическая скованность, неумение или боязнь продемонстрировать свои истинные качества; психологическая усталость, когда однообразие лиц, условий работы, ритма труда вызывает негативные эмоции);
- 6) несоблюдение общепринятых моральных норм, переоценка собственных возможностей и недооценка возможностей других.

По признаку «объективность — субъективность причины» конфликты разделяют на:

- деловые (в основе делового конфликта лежит вполне конкретная объективная причина, связанная с предметно-деловыми разногласиями);
- эмоциональные (источники эмоциональных конфликтов кроются, прежде всего, в личностно-прагматических интересах оппонентов, их психологической несовместимости).

По количеству участников выделяют диадные и групповые конфликты. Конфликты между двумя участниками (так называемые диадные конфликты) являются наиболее распространенным типом межличностного делового или эмоционального конфликта, где в роли оппонентов выступают два человека, каждый из которых является субъектом — носителем определенных ценностей, интересов и мнений. И именно диадный конфликт отличается эмоциональным запалом и напряженностью, протекает, как правило, в открытой форме.

Этот конфликт обычно возникает на почве личных симпатий — антипатий, но в определенной группе эмоциональные отношения между людьми всегда оказываются тесно переплетенными с деловыми, карьерными и другими интересами.

Относительно конфликтов между личностью и группой, можно сказать, что они отражают противоречие между ожиданиями и требованиями отдельной личности и сформированными в группе нормами поведения.

Известны и другие признаки, по которым классифицируют межличностные конфликты:

- по признаку «продолжительность течения» конфликты разделяют на кратковременные и затяжные;
- по степени их влияния на эмоциональное состояние и деятельность оппонентов выделяют конфликты, которые нарушают эмоциональную и деловую стабильность участников, и разрушительные конфликты.

Динамика протекания конфликта зависит от поведения его оппонентов.

Известны такие формы протекания конфликта:

- открытый конфликт, который характеризуется очевидным, ярко выраженным, эмоционально насыщенным столкновением сторон;
- скрытый конфликт (реальные различия скрываются оппонентами за внешне безупречными формами отношений);
- так называемый «слепой» конфликт (один или оба участника вообще не осознают его наличия);

- «неизвестный» конфликт (реальные противоречия маскируются, а на поверхности отношений остается слабо выраженная неприязнь).

Одновременно каждая форма течения конфликта имеет свой специфический тип поведения и взаимоотношения людей. На стадии, когда состояние напряженности скрыто, чрезвычайно важен момент осознания ситуации как конфликтной, то есть момент понимания того, что противоречие, которое возникло, привычным образом не разрешится.

Структура конфликта

Любой конфликт имеет временные границы — начало и окончание конфликта. Начало конфликта характеризуется возникновением первых актов противодействия. Конфликт считается начавшимся в случае совпадения трех условий:

- один участник сознательно и активно действует в ущерб другому участнику (как физически, так и морально, информационно);
- второй участник осознает, что указанные действия направлены против его интересов;
- второй участник в связи с этим предпринимает активные действия по отношению к первому участнику.

Таким образом, народная мудрость, говорящая о том, что спорят всегда двое, вполне справедлива, и ответственность за конфликт несет не только инициатор.

Окончание конфликта — прекращение действий друг против друга.

В динамике конфликта выделяют несколько периодов и этапов.

Латентный период (предконфликт, или первый этап) включает следующие стадии:

- 1) возникновение объективной проблемной ситуации — существует противоречие между субъектами, но оно еще не осознано и нет конфликтных действий;
- 2) осознание объективной проблемной ситуации — восприятие реальности как проблемной и понимание необходимости предпринять какие-то действия;
- 3) попытки сторон разрешить объективную ситуацию неконфликтными способами (убеждением, разъяснением, просьбами, информированием).

В предконфликтный период осознается наличие угрозы безопасности, общественным интересам одной из сторон взаимодействия, что провоцирует конфликтное поведение. При этом необходимо учитывать, что угроза воспринимается не как потенциальная, а как непосредственная.

Открытый период (второй этап) часто называют собственно конфликтом. Он включает следующие этапы:

- 1) инцидент — первое столкновение сторон. При значительной диспропорции сил конфликт может закончиться инцидентом;
- 2) эскалация (от лат. *scala* — лестница) — резкая интенсификация борьбы оппонентов. Ее признаки:

- сужение когнитивной сферы в поведении и деятельности, переход к более примитивным способам отражения;
- вытеснение адекватного восприятия другого образом врага, акцентуация отрицательных качеств (как реальных, так и иллюзорных).

Тревожные сигналы, свидетельствующие о том, что «образ врага» доминирует:

- недоверие (все, что исходит от врага, — либо плохо, либо, если это разумно, преследует нечестные цели);

- возложение вины на врага (враг ответственен за все возникшие проблемы и виноват во всем);
 - негативное ожидание (все, что делает враг, он делает с единственной целью — нанести вам вред);
 - отождествление со злом (враг воплощает противоположное тому, что вы есть и к чему стремитесь, он хочет уничтожить то, чем вы дорожите и поэтому должен быть сам уничтожен);
 - представление «нулевой суммы» (все, что выгодно врагу вредит вам и наоборот);
 - деиндивидуализация (всякий, кто принадлежит к данной группе, автоматически является врагом);
 - отказ в сочувствии (вы не имеете ничего общего с вашим врагом, никакая информация не сможет побудить вас проявлять к нему гуманные чувства, руководствоваться этическими критериями по отношению к врагу опасно и неблагоразумно);
- 3) рост эмоционального напряжения. Возникает как реакция на рост угрозы возможного ущерба; снижение управляемости противоположной стороной; невозможность реализовать свои интересы в желаемом объеме в короткое время; сопротивление оппонента;
 - 4) переход от аргументов к претензиям и личным выпадам. Конфликт начинается обычно с высказывания достаточно разумных аргументов. Но аргументы сопровождаются яркой эмоциональной окраской. Оппонент, как правило, реагирует не на аргумент, а на окраску. Его ответ уже воспринимается не как контраргумент, а как оскорбление, угроза самооценке личности. Конфликт смещается с рационального плана на уровень эмоций;
 - 5) рост иерархического ранга нарушаемых и защищаемых интересов и их поляризация. Более интенсивное действие затрагивает более важные интересы другой стороны, в связи с чем эскалация конфликта может рассматриваться как процесс углубления противоречий. При эскалации интересы конфликтующих как бы разводятся на два противоположных полюса;
 - 6) применение насилия. Как правило, агрессия связана с какой-либо внутренней компенсацией, возмещением ущерба. Важно учитывать, что на этом этапе значение имеет не только реальная угроза, но иногда в значительной степени больше — угроза потенциальная;
 - 7) потеря первоначального предмета разногласий;
 - 8) расширение границ конфликта (генерализация) — переход к более глубоким противоречиям, увеличение потенциальных точек столкновения;
 - 9) может иметь место увеличение числа участников.

Если вы захотите лучше представить себе внешнюю сторону конфликта, рекомендуем вам воспользоваться теорией «симметричного схимогенеза» Г. Бейтсона.

Если же вас интересуют внутренние причины конфликта, обратитесь к теории эволюционной эпистемологии Г. Вольмера и К. Лоренца. Эта теория проводит интересные параллели между поведением человека в конфликте и поведением человека в момент угрозы вообще. По мере обострения конфликта, согласно этой теории, человек проходит все стадии онтогенеза, но только в обратном порядке.

Два первых этапа отражают развитие предконфликтной ситуации. Возрастает значимость собственных желаний и аргументов. Возникает страх, что будет утеряна почва для совместного решения проблемы. Растет психическая напряженность.

Третий этап — начало эскалации. Силовое действие (не обязательно физическое воздействие, но и любое усилие) замещает бесполезные дискуссии. Ожидания участников парадоксальны: обе стороны надеются путем нажима и твердости вызвать перемену позиций оппонента, но никто не готов добровольно уступить. Этот уровень психического реагирования, когда рассудочное поведение сменяется эмоциональным, соответствует реакциям детей в возрасте 8—10 лет.

Четвертый этап: образ «другого» еще сохраняется, но человек больше не считается с мыслями, чувствами, положением этого «другого». В эмоциональной сфере доминирует черно-белый подход. Все, что «не я» и «не мы», плохо и отвергается.

Пятый этап: происходит абсолютизация негативной оценки оппонента и позитивной — себя. На карту ставятся «священные ценности», все высшие формы убеждений и высшие моральные обязательства. Оппонент становится абсолютным врагом и только врагом, обесценивается до состояния вещи и лишается человеческих черт. Но параллельно с этим по отношению к другим людям человек продолжает вести себя как взрослый, что мешает неопытному наблюдателю понять суть происходящего.

Следующий (шестой) этап — сбалансированное противодействие — стороны продолжают противодействовать, но интенсивность борьбы снижается.

Завершение конфликта (седьмой) — переход к поиску решения проблемы.

Основные формы завершения конфликта — разрешение, урегулирование, затухание, устранение или перерастание в другой конфликт.

Послеконфликтный (восьмой) период включает частичную и полную нормализацию отношений оппонентов.

Частичная нормализация наступает в случае, когда негативные эмоции полностью не исчезли, и сопровождается переживаниями, осмыслением произошедшего, коррекцией оценок оппонента, чувством вины за свои действия во время конфликта.

Полная нормализация отношений наступает при осознании сторонами важности дальнейшего конструктивного взаимодействия.

Все эти периоды и этапы могут иметь различную длительность. Некоторые этапы могут опускаться или занимать настолько незначительный промежуток времени, что практически отсутствует возможность различить их.

Итак, конфликт — это явление со сложной структурой и динамикой, а поэтому тактики его разрешения должны отличаться в зависимости от этапа, периода и их продолжительности.

Стратегия и тактика поведения в конфликтной ситуации

Особое место в оценке моделей и стратегий поведения личности в конфликте занимает ценность для нее межличностных отношений с противоборствующей стороной. Если для одного из соперников межличностные отношения с другим соперником (дружба, любовь, партнерство и т. д.) не представляют никакой ценности, поведение его в конфликте будет отличаться деструктивным содержанием или крайними позициями в стратегии (принуждение, борьба, соперничество). И наоборот, ценность межличностных отношений для субъекта конфликтного взаимодействия, как правило, является существенной причиной конструктивного поведения в конфликте или направленности такого поведения на компромисс, сотрудничество, уход или уступку.

Принуждение, борьба, соперничество. Тот, кто выбирает данную стратегию поведения, прежде всего исходит из оценки личных интересов в конфликте как высоких, а интересов своего соперника — как низких. Выбор стратегии принуждения в конечном счете сводится к выбору: либо интерес борьбы, либо взаимоотношения.

Выбор в пользу борьбы отличается стилем поведения, характерным для деструктивной модели. При такой стратегии активно используются власть, сила закона, связи, авторитет и т. д. Она является целесообразной и эффективной в двух случаях. Во-первых, при защите интересов дела от посягательств на них со стороны конфликтной личности. Например, конфликтная личность неуправляемого типа часто отказывается от выполнения непривлекательных заданий, «сваливает» свою работу на других. Во-вторых, при угрозе существованию организации, коллектива. В этом случае складывается ситуация «кто кого». Особенно часто она возникает в условиях реформирования предприятий и учреждений. Нередко при реформировании организационно-штатной структуры предприятия (учреждения) предполагаемые «вливания» одних подразделений в другие носят необоснованный характер. И в этих случаях человек, отстаивающий интересы таких подразделений, должен занимать жесткую позицию.

Уход от конфликта. Стратегия ухода отличается стремлением уйти от конфликта. Она характеризуется низким уровнем направленности на личные интересы и интересы соперника и является взаимной. По сути, это взаимная уступка.

При анализе данной стратегии важно учитывать два варианта ее проявления:

- 1) когда предмет конфликта не имеет существенного значения ни для одного из субъектов и адекватно отражен в образах конфликтной ситуации;
- 2) когда предмет спора имеет существенное значение для одной или обеих сторон, но занижен в образах конфликтной ситуации, т. е. субъекты конфликтного взаимодействия воспринимают предмет конфликта как несущественный.

В первом случае стратегией ухода конфликт исчерпывается, а во втором случае он может иметь рецидив. Межличностные отношения при выборе данной стратегии серьезным изменениям не подвергаются.

Уступка. Человек, придерживающийся данной стратегии, также стремится уйти от конфликта. Но причины «ухода» в этом случае иные. Направленность на личные интересы здесь низкая, а оценка интересов соперника высокая, т. е. человек, принимающий стратегию уступки, жертвует личными интересами в пользу интересов соперника. Стратегия уступки имеет некоторое сходство со стратегией принуждения, заключающейся в выборе между ценностью предмета конфликта и ценностью межличностных отношений. В отличие от стратегии борьбы в стратегии уступки приоритет отдается межличностным отношениям.

При анализе данной стратегии следует учитывать, что:

- иногда в такой стратегии отражается тактика решительной борьбы за победу. Уступка здесь может оказаться лишь тактическим шагом на пути достижения главной стратегической цели;
- уступка может стать причиной неадекватной оценки предмета конфликта (занижение его ценности для себя). В этом случае принятая стратегия является самообманом и не ведет к разрешению конфликта;
- данная стратегия может быть доминирующей для человека в силу его индивидуально-психологических особенностей. В частности, это характерно для конформистской личности, конфликтной личности «бесконфликтного» типа. В силу этого

стратегия уступки может придать конструктивному конфликту деструктивную направленность.

Важно иметь в виду, что стратегия уступки оправдана в тех случаях, когда условия для разрешения конфликта не созрели. В этом случае она ведет к временному перемирию, является важным этапом на пути конструктивного разрешения конфликтной ситуации.

Компромисс. Компромиссная стратегия поведения характеризуется балансом интересов конфликтующих сторон на среднем уровне. Иначе ее можно назвать стратегией взаимной уступки.

Стратегия компромисса не только не портит межличностные отношения, но и способствует их положительному развитию.

При анализе данной стратегии важно иметь в виду следующие существенные моменты:

- компромисс нельзя рассматривать как способ разрешения конфликта. Взаимная уступка часто является этапом на пути поиска приемлемого решения проблемы;
- иногда компромисс может исчерпать конфликтную ситуацию. Это возможно при изменении обстоятельств, вызвавших напряженность. Например, два сотрудника претендовали на одну и ту же должность, которая должна освободиться через полгода. Но через три месяца ее сократили, и предмет конфликта исчез;
- компромисс может принимать как активную, так и пассивную форму. Активная форма компромисса может проявляться в заключении четких договоров, принятии каких-либо обязательств и т. п. Пассивный компромисс — это не что иное, как отказ от каких-либо активных действий по достижению определенных взаимных уступок в тех или иных условиях. Другими словами, в конкретных условиях перемирие может быть обеспечено пассивностью субъектов конфликтного взаимодействия. Так, отсутствие ненужных «баталий» позволило сотрудникам в приведенном выше примере сохранить между собой нормальные отношения;
- условия компромисса могут быть мнимыми, когда субъекты конфликтного взаимодействия достигли компромисса на основе неадекватных образов конфликтной ситуации.

Понятие «компромисс» по содержанию близко к понятию «консенсус». Сходство их заключается в том, что и компромисс, и консенсус отражают взаимные уступки субъектов социального взаимодействия. Поэтому при анализе и обосновании стратегии компромисса важно опираться на правила и механизмы достижения консенсуса в социальной практике.

Сотрудничество. Стратегия сотрудничества характеризуется высоким уровнем направленности как на собственные интересы, так и на интересы соперника. Данная стратегия строится не только на основе баланса интересов, но и на признании ценности межличностных отношений.

Особое место в выборе данной стратегии занимает предмет конфликта. Если предмет конфликта имеет жизненно важное значение для одного или обоих субъектов конфликтного взаимодействия, то о сотрудничестве не может быть и речи. В этом случае возможен лишь выбор борьбы, соперничества. Сотрудничество возможно лишь в том случае, когда сложный предмет конфликта допускает маневр интересов противоборствующих сторон, обеспечивая их сосуществование в рамках возникшей проблемы и развитие событий в благоприятном направлении.

Стратегия сотрудничества включает в себя все другие стратегии (уход, уступка, компромисс, противоборство). При этом другие стратегии в сложном процессе сотрудничества

играют подчиненную роль, они в большей степени выступают психологическими факторами развития взаимоотношений между субъектами конфликта. Например, противоборство может быть использовано одним из участников конфликта как демонстрация своей принципиальной позиции в адекватной ситуации.

Являясь одной из самых сложных стратегий, стратегия сотрудничества отражает стремление противоборствующих сторон совместными усилиями разрешить возникшую проблему.

Общие рекомендации по разрешению конфликтной ситуации могут быть сведены к следующему:

- 1) признать существование конфликта, т. е. признать наличие противоположных целей, методов у оппонентов, определить самих этих участников. Практически эти вопросы не так просто решить, бывает достаточно сложно сознаться и заявить вслух, что ты находишься в состоянии конфликта с сотрудником по какому-то вопросу. Иногда конфликт существует уже давно, люди страдают, а открытого признания его нет, каждый выбирает свою форму поведения и воздействия на другого, однако совместного обсуждения и выхода из создавшейся ситуации не происходит;
- 2) определить возможность переговоров. После признания наличия конфликта и невозможности его решить «с ходу» целесообразно договориться о возможности проведения переговоров и уточнить, каких именно переговоров: с посредником или без него и кто может быть посредником, равно устраивающим обе стороны;
- 3) согласовать процедуру переговоров. Определить, где, когда и как начнутся переговоры, т. е. оговорить сроки, место, процедуру ведения переговоров, время начала совместной деятельности;
- 4) выявить круг вопросов, составляющих предмет конфликта. Основная проблема в том, чтобы определить в совместно используемых терминах, что является предметом конфликта, а что нет. На этом этапе вырабатываются совместные подходы к проблеме, выявляются позиции сторон, определяются точки наибольшего разногласия и точки возможного сближения позиций;
- 5) разработать варианты решений. Стороны при совместной работе предлагают несколько вариантов решений с расчетом затрат по каждому из них, с учетом возможных последствий;
- 6) принять согласованное решение. После рассмотрения ряда возможных вариантов, при взаимном обсуждении и при условии, что стороны приходят к соглашению, целесообразно это общее решение представить в письменном виде: коммюнике, резолюции, договоре о сотрудничестве и др. В особо сложных или ответственных случаях письменные документы составляются после каждого этапа переговоров;
- 7) реализовать принятое решение на практике.

Вопросы и задания

1. Какой формы протекания конфликта не существует?
 - открытый конфликт, который характеризуется очевидным, ярко выраженным, эмоционально насыщенным столкновением сторон;
 - скрытый конфликт (реальные различия скрываются оппонентами за внешне безупречными формами отношений);
 - формальный конфликт (конфликтующие стороны формально поддерживают ситуацию конфликта, хотя относятся друг к другу положительно);

- так называемый «слепой» конфликт (один или оба участника вообще не осознают его наличия);
- «неизвестный» конфликт (реальные противоречия маскируются, а на поверхности отношений остается слабо выраженная неприязнь).

2. Определите правильный порядок этапов конфликта:

- открытый период;
- инцидент;
- сбалансированное воздействие;
- эскалация;
- латентный период;
- завершение конфликта.

3. Установите соответствие между стратегией ведения конфликта и ее характеристикой.

1. Принуждение, борьба, соперничество	А. Направленность на личные интересы здесь низкая, а оценка интересов соперника высокая, т. е. человек жертвует личными интересами в пользу интересов соперника
2. Уход	Б. Эта стратегия характеризуется высоким уровнем направленности как на собственные интересы, так и на интересы соперника. Эта стратегия строится не только на основе баланса интересов, но и на признании ценности межличностных отношений
3. Уступка	В. Существует два варианта ее проявления: один — когда предмет конфликта не имеет существенного значения ни для одного из субъектов и адекватно отражен в образах конфликтной ситуации; другой — когда предмет спора имеет существенное значение для одной или обеих сторон, но занижен в образах конфликтной ситуации, т. е. субъекты конфликтного взаимодействия воспринимают предмет конфликта как несущественный
4. Компромисс	Г. При такой стратегии активно используются власть, сила закона, связи, авторитет и т. д. В этом случае складывается ситуация «кто кого». Она является целесообразной и эффективной в двух случаях. Во-первых, при защите интересов дела от посягательств на них со стороны конфликтной личности. Во-вторых, при угрозе существованию организации, коллектива
5. Сотрудничество	Д. Эта стратегия поведения характеризуется балансом интересов конфликтующих сторон на среднем уровне

ТЕМА 5. ВИДЫ И СПОСОБЫ РЕЧЕВОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ: ТЕХНИКИ ДИАЛОГА И ОСНОВЫ ПОЛЕМИЧЕСКОГО МАСТЕРСТВА

Диалог как один из основных видов устной речи

Монолог и **диалог** — две основные разновидности речи, различающиеся по количеству участников акта общения.

Диалог — это разговор двух или нескольких лиц. Основной единицей диалога является диалогическое единство — тематическое объединение нескольких реплик, представляющее собой обмен мнениями, каждое последующее из которых зависит от предыдущего. На характер реплик оказывает влияние так называемый кодекс взаимоотношений коммуникантов. Выделяют три основных типа взаимодействия участников диалога: зависимость, сотрудничество и равенство.

Любой диалог имеет свою структуру: зачин — основная часть — концовка. Размеры диалога теоретически безграничны, поскольку его нижняя граница может быть открытой. На практике же любой диалог имеет свою концовку.

Диалог рассматривается как первичная форма речевой коммуникации, поэтому он получил свое наибольшее распространение в сфере разговорной речи, однако диалог представлен и в научной, и в публицистической, и в официально-деловой речи.

Будучи первичной формой коммуникации, диалог представляет собой неподготовленный, спонтанный тип речи. Даже в научной, публицистической и официально-деловой речи при возможной подготовке реплик развертывание диалога будет спонтанным, поскольку обычно реплики — реакции собеседника — неизвестны или непредсказуемы.

Для существования диалога, с одной стороны, необходима общая информационная база его участников, а с другой — исходный минимальный разрыв в знаниях участников диалога. Неинформативность может отрицательно сказаться на продуктивности диалогической речи.

В соответствии с целями и задачами диалога, ситуацией общения, ролью собеседников можно выделить следующие основные типы диалогов: бытовой, деловая беседа, интервью.

Практика деловых отношений показывает, что в решении проблем, связанных с межличностным контактом, многое зависит от того, как партнеры (собеседники) умеют налаживать контакт друг с другом. При всем многообразии форм делового общения деловая беседа является наиболее распространенной и чаще всего применяемой.

Понятие «деловая беседа» весьма широко и достаточно неопределенно: это и просто деловой разговор заинтересованных лиц, и устный контакт между партнерами, связанными деловыми отношениями

Под **деловой беседой** понимают речевое общение между собеседниками, которые имеют необходимые полномочия от своих организаций и фирм для установления деловых отношений, разрешения деловых проблем или выработки конструктивного подхода к их решению.

Деловая беседа является наиболее благоприятной, зачастую единственной возможностью убедить собеседника в обоснованности вашей позиции с тем, чтобы он согласился и поддержал ее. Таким образом, одна из главных задач деловой беседы — убедить партнера принять конкретные предложения.

Напомним некоторые аспекты деловой беседы. Она выполняет ряд важнейших функций. К их числу относятся: взаимное общение работников из одной деловой сферы; совместный поиск, выдвижение и оперативная разработка рабочих идей и замыслов; контроль и координирование уже начатых деловых мероприятий; поддержание деловых контактов; стимулирование деловой активности.

Основными этапами деловой беседы являются:

- 1) начало беседы;
- 2) информирование;
- 3) аргументирование выдвигаемых положений, принятие решения;
- 4) завершение беседы.

Начало беседы. Некоторые считают, что начало беседы определяют обстоятельства, другие — что начинать беседу необходимо с конкретного вопроса, третьи попросту не задумываются над этим. И лишь некоторые понимают и задумываются над этой проблемой, осознавая ее важность. В любом случае на этом этапе беседы нужно выработать правильное и корректное отношение к собеседнику. Ведь начало беседы — это своеобразный мостик между нами и собеседником.

На первой фазе беседы мы ставим следующие задачи:

- 1) установить контакт с собеседником;
- 2) создать благоприятную атмосферу для беседы;
- 3) привлечь внимание к теме разговора;
- 4) пробудить интерес собеседника.

Как ни странно, многие беседы заканчиваются, так и не успев начаться, особенно если собеседники находятся на разных социальных уровнях (по положению, образованию и т. д.). Причина заключается в том, что первые фразы беседы оказываются слишком незначительными. Следует иметь в виду, что именно несколько первых предложений часто решающим образом воздействуют на собеседника, т. е. на его решение выслушать нас или нет. Собеседники обычно более внимательно слушают именно начало разговора — часто из любопытства или ожидания чего-то нового. Именно первые два-три предложения создают внутреннее отношение собеседника к нам и к беседе, по первым фразам у собеседника складывается впечатление о нас.

Существует множество способов начать беседу, но практика выработала ряд «правильных дебютов». Вот некоторые из них.

1. Метод снятия напряженности позволяет установить тесный контакт с собеседником. Достаточно сказать несколько теплых слов — и вы этого легко добьетесь. Нужно только задаться вопросом: как бы хотели чувствовать себя в вашем обществе собеседники? Шутка, которая вызовет улыбку или смех присутствующих, также во многом способствует разрядке первоначальной напряженности и созданию дружеской обстановки для беседы.
2. Метод «зацепки» позволяет кратко изложить ситуацию или проблему, увязав ее с содержанием беседы. В этих целях можно с успехом использовать какое-то небольшое событие, сравнение, личные впечатления, анекдотичный случай или необычный вопрос.
3. Метод прямого подхода означает непосредственный переход к делу без какого бы то ни было вступления. Схематично это выглядит следующим образом: мы вкратце сообщаем причины, по которым была назначена беседа, быстро переходим от общих вопросов к частному и приступаем к теме беседы. Этот прием является «холодным» и рациональным, он имеет прямой характер и больше всего подходит для кратковременных и не слишком важных деловых контактов.

Очень важно помнить о нашем личном подходе к беседе. Основное правило заключается в том, что беседа должна начинаться с так называемого «вы-подхода». «Вы-подход» — это умение человека, ведущего беседу, поставить себя на место собеседника, чтобы лучше его понять. Зададим себе следующие вопросы: «Что бы нас интересовало, будь мы на месте нашего собеседника?»; «Как бы мы реагировали на его месте?». Это уже первые шаги в направлении «вы-подхода». Мы даем собеседнику почувствовать, что мы его уважаем и ценим как специалиста.

Информирование собеседников. Следующий основной этап деловой беседы — информирование собеседников, т. е. передача сведений, с которыми вы хотите их познакомиться. Такая передача должна быть точной, ясной (отсутствие двусмысленности, путаницы, недосказанности), профессионально правильной и по возможности наглядной (использование общеизвестных ассоциаций и параллелей, а также наглядных пособий). При этом всегда, когда это возможно, следует сообщать присутствующим источники вашей информации и указывать на их надежность.

Особое внимание нужно уделять краткости изложения. Необходимо не забывать о временных рамках беседы. Вольтер как-то сказал: «Секрет быть скучным состоит в том, чтобы рассказать все».

Постоянно следует помнить о направленности беседы, т. е. держать в голове ее основные задачи и не отклоняться от темы, даже если собеседники забрасывают докладчика вопросами.

Во время беседы нужно постоянно обращаться к собеседнику с вопросами, учитывая, что личное влияние в деловых отношениях имеет очень большое значение.

Большинство людей по многим причинам неохотно отвечают на прямые вопросы (недостаточное знание предмета, боязнь передачи неправильных сведений, деловые ограничения, трудности в изложении). Поэтому сначала надо заинтересовать собеседника, т. е. объяснить ему, почему отвечать на ваши вопросы в его интересах. Кроме того, не мешает объяснить, почему вас интересует тот или иной факт и как вы собираетесь использовать полученную от него информацию. Необходимо помнить, что и ваш собеседник спрашивает себя: «Почему они хотят это узнать? Почему их это интересует?».

В процессе информирования не стоит прерывать собеседника без крайней необходимости, но и не нужно бояться пауз в разговоре — возможно, он просто собирается с мыслями, чтобы сказать что-то важное. Но если пауза затягивается, необходимо приободрить собеседника косвенным вопросом, на который односложно ответить нельзя, и вольно или невольно приходится пускаться в пространные рассуждения. И здесь нужно уметь только выбирать подходящие моменты для замечаний и делать их обоснованно, в тактичной форме, помня о необходимости самокритики.

При информировании нужно искренне и заинтересованно слушать говорящего. И при этом еще стараться оставаться самим собой: естественным, вежливым без формализма, радушным хозяином, чуждым, однако, маниловским излияниям.

Слушая собеседника, нужно уметь воспринимать сказанное «между словами», что аналогично чтению «между строк». Это имеет первостепенное значение в беседах официальных руководителей высокого ранга, которые часто не могут себе позволить открыто говорить все, что думают и хотят.

Информируя присутствующих, нужно твердо придерживаться основного направления беседы, последовательно проводить свою мысль, свое мнение, не навязчиво, но упорно его отстаивать. Все поставленные вопросы при этом рассматриваются в той последовательности, в которой это было запланировано, и переходить к следующему нужно только после обсуждения предыдущего.

В процессе информирования следует внимательно следить за всем, что спрашивает собеседник, за смыслом его слов. Если что-то неясно, следует обязательно поставить уточняющий вопрос, но так, чтобы собеседник при ответе высказал собственное мнение, а не пытался говорить, используя стереотипы.

Обоснование выдвигаемых положений. После информирования присутствующих и ответов на вопросы наступает основной этап деловой беседы — обоснование выдвигаемых положений. На этом этапе формируется предварительное мнение, собеседники занимают определенные позиции. С помощью аргументов можно полностью или частично изменить позицию и мнение собеседника, смягчить противоречия, критически рассмотреть положения и факты, изложенные обеими сторонами.

Завершение беседы. Последний этап беседы — ее завершение. Успешно завершить беседу — это значит достигнуть заранее намеченных целей. На последнем этапе решаются следующие задачи:

- 1) достижение основной или в неблагоприятном случае запасной (альтернативной) цели;
- 2) обеспечение благоприятной атмосферы;
- 3) стимулирование собеседника к выполнению намеченных действий;
- 4) поддержание в дальнейшем (в случае необходимости) контактов с собеседником, его коллегами;
- 5) составление резюме с четко выраженным основным выводом, понятным всем присутствующим.

Заключительную часть выступления собеседник запоминает лучше всего. Значит, последние слова оказывают на него наиболее сильное воздействие. В связи с этим рекомендуется записывать и заучивать наизусть несколько последних предложений или хотя бы заключительное.

Очень важно отделить завершение беседы от ее основной части, например, с помощью таких выражений: «Давайте подведем итоги», «Итак, мы подошли к концу нашей беседы».

Теперь необходимо решить вопрос о том, когда следует произносить слова, указывающие на завершение беседы. Это зависит от наличия хотя бы одного из условий, при которых беседу можно завершить:

- 1) если вы с помощью контрольных вопросов направили беседу к нужной цели;
- 2) если вы привели убедительные для собеседника аргументы;
- 3) если на поставленные в ходе беседы вопросы вы дали удовлетворяющие собеседника ответы;
- 4) если вы успешно справились со всеми возражениями собеседника;
- 5) если вы сумели создать благоприятную атмосферу для завершения беседы.

Когда эти условия выполнены, необязательно подталкивать собеседника к действиям, наоборот, он сам может предложить ускорить принятие решений.

Вот типичные вопросы собеседника, свидетельствующие о завершении беседы, когда решение уже принято: «А вы будете участвовать в...»; «Можно ли с помощью этого также...?»; «Уверены ли вы, что мы вовремя это осуществим?»; «Когда можно начать работу?»; «Как обстоят дела со сроками?».

Типы собеседников. Техника взаимодействия собеседников

Чтобы не совершать поведенческих ошибок и успешно устанавливать взаимодействие между людьми, полезно знать, каким характером обладает собеседник. Быстро и точно определив его психологический тип, вы станете соответствующим образом реагировать на него, чтобы изменить направление беседы и добиться от нее больших результатов. Рассмотрим основные психологические типы собеседников и наиболее целесообразную тактику общения с каждым из них.

Позитивный человек. Самый приятный тип собеседника, добродушный и трудолюбивый. С таким собеседником можно спокойно провести беседу и подвести ее итоги. По отношению к нему нужно занять следующую позицию: вместе выяснить и завершить рассмотрение отдельных вопросов; следить за тем, чтобы все остальные собеседники

были согласны с его позитивным подходом; в спорных и трудных случаях искать поддержку у собеседников этого типа.

Вздорный человек. Этот собеседник часто выходит за профессиональные рамки беседы. Он нетерпелив, несдержан и возбужден. По отношению к нему следует вести себя следующим образом: обсудить с ним спорные моменты (если они известны); всегда оставаться хладнокровным; когда есть возможность, предоставлять другим опровергать его утверждения, а затем отклонять их; следить за тем, чтобы (по возможности) при принятии решения учитывались его предложения; привлечь его на свою сторону; беседовать с ним в перерывах и паузах переговоров, чтобы узнать истинные причины его негативной позиции; в экстремальных случаях настоять на том, чтобы беседа была приостановлена, а позднее, когда атмосфера станет менее напряженной, продолжить ее.

Всезнайка. Этот человек думает, что все знает наилучшим образом. Обо всем у него есть свое мнение. Он всегда требует слова. В общении с ним следует придерживаться следующих правил: посадить его рядом с позитивным собеседником или с собой; время от времени напоминать ему, что другие тоже хотят высказаться; дать ему возможность сформулировать промежуточные заключения; при незначительных и рискованных утверждениях дать возможность остальным собеседникам выразить свою точку зрения; иногда задавать ему сложные специальные вопросы, на которые ответить можете только вы.

Болтун. Этот собеседник часто бестактно и без всякой видимой причины прерывает ход беседы, не обращая внимания на бесполезно потраченное время. К нему относиться нужно так: как и «всезнайку», посадить поближе к позитивному собеседнику или к авторитетной личности; когда он начнет отклоняться от темы, его нужно тактично остановить и спросить, в чем он видит связь с предметом беседы.

Трусишка. Для этого типа собеседника характерна неуверенность в себе. Он охотно промолчит, боясь сказать что-нибудь такое, что, по его мнению, может выглядеть глупо. С таким собеседником нужно обходиться очень деликатно: задавать ему несложные информативные вопросы; обращаться к нему с предложением пояснить свое замечание; помогать ему формулировать мысли; решительно пресекать любые попытки насмешек в его адрес; обращаться к нему приблизительно так: «Все бы хотели услышать и ваше мнение»; специально благодарить его за любой вклад в беседу, но делать это следует тактично.

Хладнокровный неприступный собеседник. Такой собеседник замкнут, часто чувствует себя вне времени и пространства, а также вне темы и ситуации беседы. Все это кажется недостойным его внимания и усилий. Что делать в таком случае? Любым способом необходимо заинтересовать его, призвать его поделиться мыслями, спросить его примерно так: «Кажется, вы не совсем согласны с тем, что сейчас было сказано. Конечно, нам всем было бы интересно узнать, почему?». В перерывах и паузах беседы можно попытаться выяснить причины такого поведения.

Незаинтересованный собеседник. Тема беседы вообще не интересует такого собеседника. Он бы охотнее «проспал» всю беседу. Поэтому нужно задавать ему вопросы информативного характера; придать беседе интересную и привлекательную форму; попытаться выяснить, что интересует лично его.

«Важная птица». Такой собеседник не выносит критики — ни прямой, ни косвенной. Он ведет себя как человек, обладающий большим самомнением. С таким собеседником вы должны вести себя следующим образом: нельзя позволять разыгрывать ему роль гостя; нужно незаметно предложить ему и дать возможность занять равноправное положение

с остальными участниками беседы; не допускать никакой критики в адрес присутствующих или отсутствующих руководителей и других лиц; очень полезно в диалоге с таким человеком отрабатывать метод «да, но...».

Почемучка. Кажется, что этот собеседник только для того и создан, чтобы задавать вопросы независимо от того, имеют ли они реальную основу или надуманны. Как справиться с таким собеседником? Здесь может помочь следующее: все его вопросы, относящиеся к теме беседы, задавать всем собеседникам, а если он один, то переадресовывать вопрос ему самому; на вопросы информационного характера отвечать сразу; без промедления признавать его правоту, если нет возможности дать ему нужный ответ.

Вопросы и задания

1. Основными этапами деловой беседы являются:

а) начало беседы — убеждение — аргументирование выдвигаемых положений — завершение беседы;

б) начало беседы — информирование — аргументирование выдвигаемых положений — принятие решения — завершение беседы;

в) начало беседы — комментирование — отзывы на комментарии — завершение беседы.

2. Установите соответствие между типом собеседника и его характеристикой.

1. Позитивный человек	А. Обо всем у него есть свое мнение. Он всегда требует слова. В общении с ним следует придерживаться следующих правил: время от времени напоминать ему, что другие тоже хотят высказаться; дать ему возможность сформулировать промежуточные заключения
2. Вздорный человек	Б. По отношению к нему нужно занять следующую позицию: вместе выяснить и завершить рассмотрение отдельных вопросов; следить за тем, чтобы все остальные собеседники были согласны с его подходом; в спорных и трудных случаях искать поддержку у собеседников этого типа
3. Всезнайка	В. Этот собеседник часто бестактно и без всякой видимой причины прерывает ход беседы, не обращая внимания на бесполезно потраченное время
4. Болтун	Г. Этот собеседник часто выходит за профессиональные рамки беседы. Он нетерпелив, не сдержан и возбужден. По отношению к нему следует вести себя следующим образом: обсудить с ним спорные моменты (если они известны) до начала беседы
5. Трусишка	Д. Тема беседы вообще не интересует такого собеседника. Он бы охотнее «проспал» всю беседу
6. Хладнокровный неприступный собеседник	Е. Кажется, что этот собеседник только для того и создан, чтобы задавать вопросы независимо от того, имеют ли они реальную основу или надуманны
7. Незаинтересованный собеседник	Ж. Он охотно промолчит, боясь сказать что-нибудь такое, что, по его мнению, может выглядеть глупо. С таким собеседником нужно обходиться очень деликатно: задавать ему несложные информативные вопросы
8. Почемучка	З. Такой собеседник замкнут, часто чувствует себя вне времени и пространства, а также вне темы и ситуации беседы. Все это кажется недостойным его внимания и усилий

3. Какую задачу не ставит перед собой начало беседы?
- а) установить контакт с собеседником;
 - б) создать благоприятную атмосферу для беседы;
 - в) привлечь внимание к теме разговора;
 - г) пробудить интерес собеседника;
 - д) стимулировать собеседника к выполнению намеченных действий.
4. Какую задачу не ставит перед собой завершение беседы?
- а) достижение цели;
 - б) обеспечение благоприятной атмосферы;
 - в) формулирование итога беседы с четко выраженным основным выводом, понятным всем присутствующим;
 - г) формирование интереса собеседника;
 - д) стимулирование собеседника к выполнению намеченных действий.

Полемические виды деловой коммуникации

Особым видом речевой коммуникации является спор.

Спором называют доказательство чего-либо, в ходе которого каждая из сторон отстаивает свое понимание обсуждаемого вопроса и опровергает мнение противника.

Частной, однако очень распространенной разновидностью спора является **полемика**. Древнегреческое слово *polemicos* означает «воинственный, враждебный». Полемика — это не просто спор, а такой спор, при котором имеется конфронтация, противостояние, противоборство сторон, идей и речей. Полемику можно определить как борьбу принципиально противоположных мнений по тому или иному вопросу, публичный спор с целью защитить, отстоять свою точку зрения и опровергнуть мнение оппонента.

Полемика отличается от **дискуссии** и **диспута** именно своей целевой направленностью. Участники дискуссии и диспута, сопоставляя противоречивые суждения, стараются прийти к единому мнению, найти общее решение, установить истину. Цель полемики иная: надо одержать победу над противником, отстоять и утвердить собственную позицию.

Однако следует иметь в виду, что подлинно научная полемика ведется не просто ради победы как таковой. Опираясь на принципиальные позиции, полемисты решают социально значимые вопросы, их выступления направлены против всего, что мешает эффективному общественному развитию.

Слово **дебаты** французского происхождения (*debat* — спор, прения). Это публичный обмен мнениями между двумя сторонами, который отличается четкой организацией, структурированностью. Цель участников дебатов — убедить в своей правоте не друг друга, а третью сторону, слушателей; сформировать у них положительное впечатление от своей позиции.

Прения — русское слово, зафиксированное в лексиконе XVII в. Прения — обсуждение, публичный спор по каким-либо вопросам. В отличие от дебатов часто бывают спонтанными, неподготовленными.

Единой классификации споров не существует, хотя делаются попытки систематизировать их. К основным факторам, влияющим на характер спора и его особенности, относятся цель спора, социальная значимость предмета спора, количество участников, формы проведения спора. По цели различают следующие виды спора:

- спор ради истины;
- спор для убеждения кого-либо, для победы;
- спор ради спора.

Спор может служить средством для поиска истины, для проверки какой-либо мысли, идеи, для ее обоснования. Чтобы найти правильное решение, полемисты сопоставляют самые разные точки зрения на ту или иную проблему. Они защищают какую-либо мысль от нападения, чтобы узнать, какие могут быть возражения против этой мысли, или, напротив, нападают на положение, высказанное оппонентом, чтобы выяснить, какие есть аргументы в его пользу. В таком споре тщательно подбираются и анализируются доводы, взвешенно оцениваются позиции и взгляды противоположной стороны. Конечно, такой спор возможен только между компетентными людьми, знающими данную проблему, заинтересованными в ее решении. Кроме несомненной пользы, спор ради истины приобретает характер особой красоты, он может доставить настоящее наслаждение и удовлетворение участникам спора. В результате такой умственной борьбы человек чувствует себя возвышеннее и лучше. И даже если приходится отступать, сдавать позиции, отказываться от защищаемой мысли, то неприятное ощущение от поражения отступает на задний план.

Задачей спора может стать не проверка истины, а убеждение оппонента. При этом выделяются два важных момента. Спорящий убеждает противника в том, в чем сам глубоко убежден. Но порой он уверяет и потому, что так надо по долгу службы, в силу каких-либо обстоятельств. Сам же он вовсе не верит в истину того, что защищает, или в ложность того, на что нападает.

Целью спора бывает не исследование, не убеждение, а победа. Причем полемисты добиваются ее по разным мотивам. Одни считают, что отстаивают правое дело, защищают общественные интересы. Они убеждены в своей правоте и до конца остаются на принципиальных позициях. Другим победа нужна для самоутверждения. Поэтому им очень важны успех в споре, высокая оценка окружающих, признание своих интеллектуальных способностей, ораторских данных. Третьи просто любят побеждать. Им хочется победы позффектнее. В приемах и средствах для достижения цели они не стесняются.

Довольно часто встречается и спор ради спора. Это своего рода «искусство для искусства». Для таких спорщиков безразлично, о чем спорить, с кем спорить, зачем спорить. Им важно блеснуть красноречием. Если вы будете отрицать какое-либо положение, они обязательно начнут его защищать.

Приведенная классификация видов спора по цели носит условный характер. На практике их не всегда удастся четко разграничить.

В общественной жизни нередко приходится встречаться и со спором для слушателей. Спор ведется для того, чтобы привлечь внимание к проблеме, произвести на слушателей определенное впечатление, повлиять необходимым образом.

Принципы и правила ведения спора

Для того чтобы подход к спору носил конструктивный характер (т. е. выражался в стремлении спорящих к обмену мнениями, к беседе, к нахождению приемлемого решения), все участники должны руководствоваться следующими **психологическими принципами**: а) равной безопасности, б) децентрической направленности и в) адекватности (соответствия) того, что воспринято, тому, что сказано.

Принцип равной безопасности гласит: не причиняйте психологического или иного ущерба ни одному из участников спора; не делайте того, что самим не понравилось бы. Принцип относится ко многим психологическим факторам личности, но в первую очередь — к чувству собственного достоинства. Он запрещает оскорбительные, унижающие

выпады против личности собеседника, какие бы тот мысли и идеи ни отстаивал. Если кто-то нарушает этот принцип, то происходит подмена цели (достижение истины), спор сходит с рельсов логики развития мысли и начинается противоборство амбиций. Оказавшись объектом насмешек, человек нередко слепо и беспощадно мстит за унижение.

Другой принцип — **принцип децентрической направленности** — предписывает: умеете анализировать ситуацию или проблему с точки зрения другого человека, смотрите на себя и других исходя из интересов дела, а не из личных целей. Если кратко, то кредо таково: не причиняйте ущерба делу.

Принцип предполагает помощь друг другу и решение проблемы объединенными усилиями, поиск устраивающего всех варианта. Если в споре будет достигнута подобная направленность, то собеседники смогут не только подняться над личными интересами, но и сделать прорыв через внешние и внутренние ограничения, в частности через психологические барьеры, мешающие увидеть истину или решение, которое является оптимальным.

Децентрическая направленность развивается в условиях альтернативы, т. е. при рассмотрении нескольких точек зрения. Совершенствуется такое мышление в частом общении с людьми, умеющими отстаивать свой взгляд при конструктивном подходе к решению проблемы.

Немаловажен и третий принцип — **принцип адекватности** того, что воспринято, тому, что сказано. Он гласит: не причиняйте ущерба мысли намеренным или ненамеренным искажением сказанного (услышанного).

Чтобы этот принцип сослужил службу спорящим, необходимо максимально точное восприятие смысла услышанного. Надо стремиться к простоте и точности высказываний. Если фразы непонятны, то угасает внимание, теряется интерес к речи собеседника (см. выше). А когда интерес сохраняется, чувство такта сдерживает желание слушающего уточнить смысл сказанного и приходится достраивать понимание по своим представлениям. В этом всегда скрыта опасность отразить в сознании не то, что имел в виду оппонент. В результате возникает смысловой барьер — несовпадение воспринятого с тем, что было услышано.

Для реализации третьего принципа следует учиться слушать друг друга. В чем проявляется неумение слушать собеседника и, как следствие, неадекватное понимание его?

Мы не умеем сдерживать свое желание высказать скороспелое мнение; спешим опровергнуть противника, не вникнув как следует в его рассуждения; перебиваем его, хотя он не закончил свою аргументацию, а потом оказываемся в глупом положении; цепляемся за несущественное и в итоге утомляемся, прежде чем добиваемся до главного; отвлекаемся на что-либо во внешности оратора, на недостатки его речи и упускаем из виду суть его мыслей; не дослушав до конца, готовимся парировать намеки на нашу неосведомленность; не принимаем во внимание мотивы противника, побуждающие его сопротивляться нашему взгляду на проблему; пребываем в уверенности, что наших знаний вполне достаточно, чтобы защитить свою позицию; уверовав, что истина на нашей стороне, заранее настраиваемся на несогласие с утверждениями противника.

Полемические приемы

Как спорить, с чего начинать спор и чем его завершать, — совета на все случаи споров дать невозможно. Специально разработанной процедуры спора не существует. Спор требует умственной активности, творческого напряжения сил, и невозможно найти такое

средство, которое автоматически научило бы, как быть оригинальным, так как такое средство в первую очередь исключало бы оригинальность. Правда, уже Сократ применил ряд приемов спора. Немало содержится указаний на технику спора в «диалогах» у Галилея, Беркли, Юма и других авторов. Немецкий логик и математик П. Лоренцен разработал «логику спора», напоминающую по своему характеру так называемые таблицы голландского логика Э. Бета. Но обобщающего и систематического труда о приемах спора пока не создано.

Можно назвать несколько эффективных полемических приемов, выработанных практикой:

- 1) инициатива — во всякой борьбе она очень важна. В споре имеет значение, кто задает его тему, как эта тема определяется. Важно уметь повести ход полемики по своему сценарию;
- 2) не оборона, а наступление. Вместо того чтобы отвечать на возражения противника, надо заставить его защищаться и отвечать на выдвинутые против него возражения. Предвидя доводы противника, можно их выдвинуть самому и опровергнуть;
- 3) возложение бремени доказывания на собеседника;
- 4) концентрация действий, направленных на центральное звено системы аргументов противника или на наиболее слабое ее звено;
- 5) опровержение доводов противника его собственными средствами. Из принятых им посылок надо вывести следствие, подкрепляющее ваш тезис. Особый интерес представляют неожиданные для противника следствия;
- 6) эффект внезапности — придержать неожиданные и важные сведения к концу дискуссии;
- 7) отказ от жесткой позиции тоже может оказаться полезным. Чем определеннее ваша позиция и чем упорнее вы ее защищаете, тем больше ей подчиняетесь. Чем больше стараний вы прилагаете, чтобы убедить противную сторону в непоколебимости ваших позиций, тем труднее их впоследствии изменить. У вас появляется еще одна задача — сохранить лицо. В результате резко снижается возможность разумного соглашения.

Основные логические и психологические уловки

Уловкой в споре называется всякий прием, с помощью которого хотят облегчить спор для себя или затруднить спор для противника. Уловки могут быть позволительные (оттягивание возражения, выявление слабых пунктов аргументации и др.) и непозволительные (срыв спора криком, угроза чем-либо и др.). Могут быть также психологические уловки (раздражение противника; отвлечение внимания противника от какой-нибудь мысли, которую необходимо провести без критики, и др.).

Самыми обычными и излюбленными уловками в споре являются **софизмы**, или намеренные ошибки в доказательстве. Их можно разделить на несколько больших групп.

1. **Отступление от задачи спора.** Это софизм умышленной неопределенности или запутанности (тезиса, доводов или всего доказательства), когда доказывающий говорит так, что сразу не поймешь, что именно он хотел сказать. К этому виду софизмов относятся также «подмена спора из-за тезиса спором из-за доказательства», когда опровергается не тезис, а ход доказательства, но делается вывод, что опровергнут тезис.

Софистическим отступлением от задачи спора является и такая уловка, когда опровергается не существо тезиса, а его маловажные частности, но делается вид, что опровергнут тезис.

2. **Отступление от тезиса.** К числу таких приемов относится уловка, известная под названием «сделать диверсию», когда спорщик с самого начала оставляет довод или тезис и хватается за другой. К этому типу уловок примыкает «переход на личную почву». От диверсии следует отличать «подмену тезиса» (см. выше), когда от тезиса спорщик не отказывается, но, наоборот, делает вид, что все время его держится, а на самом деле защищает другой тезис. К числу видов такой подмены можно отнести также сужение или расширение тезиса. Например, спорщик видит, что его тезис «Все люди трусливы» доказать не удастся, тогда он старается сузить его и заявляет, что он имел в виду не всех людей, а большинство. Одной из самых частых подмен тезиса является такая подмена, когда мысль, которая приводится с известной оговоркой, при которой эта мысль истинна, подменяется той же мыслью, но уже высказанной вообще, без всякой оговорки.
3. **Лживые доводы.** К этой группе относится прежде всего «умножение довода», когда один и тот же довод повторяется в разных формах и словах и выдается за несколько доводов. Но бывает, что спорщик выдвигает просто ложный довод. Сюда же относятся нелепые доводы, произвольные доводы.
4. **Мнимые доказательства.** Они относятся к приемам произвольного довода. Здесь возможно несколько уловок: а) тождество, когда в виде довода приводится для доказательства тот же тезис, только выраженный в других словах; б) обращенное доказательство, когда мысль достоверную делают тезисом, а мысль вероятную — доводом; в) «круг в доказательстве», когда мысль *А* доказывают с помощью мысли *Б*, а потом мысль *Б* доказывают с помощью мысли *А* (см. выше).
5. **Приемы непоследовательности,** которые автор называет софизмами неправильного рассуждения и в которых тезис «не вытекает» из доводов.

Манипуляция, ее разоблачение и способы защиты

Манипуляция осуществляется путем применения ряда психологических уловок. Цель манипулятора — «поймать на крючок» собеседника, превратив его в послушное орудие, марионетку на ниточках. Психологическая уловка опасна тем, что человек, ставший объектом манипуляции, совершает спонтанные действия, не соответствующие его первоначальному плану. При этом он полагает, что его поведение совершенно свободно и он сам выбирает, что и как ему делать. Умение распознавать и противостоять уловкам — залог успешного ведения конструктивного диалога с партнерами, формирования и сохранения позитивной репутации компании.

Еще древнегреческий философ Зенон выделял два вида риторики:

- 1) риторику «открытой ладони», характеризующуюся стремлением к убеждению оппонента путем аргументированного взаимоприемлемого обсуждения вопроса;
- 2) риторику «сжатого кулака», ориентированную на достижение цели через использование различных средств принуждения, принятие решения через отрицание возможности компромиссов, применение провокационных, жестких приемов в полемике. Именно в рамках риторики «сжатого кулака» чаще всего используются манипуляции, необходимые для победы над оппонентом.

Психологические уловки, применяемые манипуляторами в выступлениях и при ведении переговоров, предполагают сознательное использование приемов затруднения аргументации, введения в заблуждение, которые одни участники общения применяют против других. Цель этих действий — вызвать раздражение оппонента. Манипулятор своим обращением задевает эмоциональные струны души, и собеседник начинает защищать себя на личностном уровне, забывая о реальном предмете дискуссии. Уловки другого рода связаны с определенными стратегиями построения беседы, когда манипулятор использует недостаточную информированность собеседника или своим поведением нарочно вводит его в заблуждение.

Человек, применяющий психологические уловки, чем-то напоминает игрока, который хорошо знает правила игры, но постоянно их нарушает.

Типичные манипуляции

1. Манипуляции, цель которых — воздействовать на определенные стороны личности собеседника, например, поставить под угрозу удовлетворение основных его потребностей.

1.1. Игра на самолюбии:

- раздражение соперника путем не очень обоснованных, но умело сформулированных обвинений и упреков, касающихся конкретных действий данного человека;
- использование специальных терминов, которые не распространены и непонятны для оппонента («теоретическая дихотомия», «реституция», «маргинал» и т. п.). Уловка удастся, если человек постесняется уточнить, что под этим подразумевает оппонент;
- прием «приклеивание ярлыков». Его цель — опровержение идеи оппонента через дискредитацию ее автора без обсуждения и анализа высказанных партнером аргументов и фактов. «Ярлык» может содержать обидные эпитеты, насмешки, язвительные замечания и т. д. Когда используются «ярлыки» или другие обидные для партнера замечания, имеющие целью унижить его, часто это приобретает характер «ударов ниже пояса» и «издевок»;
- перенос оценки высказывания на самого автора высказывания;
- приемы прямого воздействия на подсознание оппонента, внешне повышающие его статус и одновременно играющие на его самолюбии: «Я знаю вас как крупного ученого (специалиста), грамотного человека. Как же вы не видите, что...?» или: «Все здравомыслящие люди, а именно таковым я вас и считаю, понимают, что... Как же вы можете такое утверждать?».

Защита. Все перечисленные приемы направлены на разрушение или «расшатывание» у оппонента позитивного представления о себе. Такое вторжение, провоцирующее перенос обсуждения с предмета дискуссии на личность оппонента, ставит последнего в позицию «под» (оцениваемого) и нередко лишает его самообладания. Реальный способ защиты в такой ситуации — уклонение от обсуждения собственной персоны или личностных качеств и знаний и предложение вернуться к прерванному рассмотрению первоначального предмета дискуссии.

1.2. Нападение на социальный статус.

Одна из базовых потребностей человека — потребность в удержании социального статуса. Сильнейшее средство подавления оппонента — демонстрация несоответствия его точки зрения взглядам остальных и создание угрозы быть отвергнутым:

- «палочный довод» используется в ситуации, когда необходимо не только подавить оппонента, но и вынудить его согласиться с предлагаемой аргументацией, хотя бы из чувства страха. Например: «Вы понимаете, что этим самым покушаетесь на...?!»;
- «довод к городскому», т. е. однозначно негативная и никак не аргументированная реакция на любые доводы и факты типа: «Ну, это элементарно...», «Эклектика...», «Наивно...», «Это утверждение неверно, потому что его принятие может навредить...»;
- снижение ранга оппонента путем обвинения его в некомпетентности, например: «Как может какой-то радиофизик управлять бизнесом?! Он явно марионетка в чьих-то руках!» или «Раз вы не знакомы с этими данными, о чем тогда говорить?». Эту уловку часто применяют против молодых управленцев. При этом также могут высказываться замечания относительно внешнего вида, скрывающиеся за демонстрацией внимания, заботы. Например, «Похоже, у вас плохо со здоровьем?», «Выглядите хуже, чем обычно. Плохи дела?»;
- «ложный пафос»: «Вы своими нововведениями доведете предприятие до банкротства!»;
- применение сарказма: «Все хорошо в теории (на бумагах, в планах...), а на практике-то...».

Защита. Цель манипуляций такого рода — подчеркнуть, что собеседник «не такой, как все мы», что он не относится к числу «опытных», «профессионалов», не обладает необходимыми для выполнения своих функций «знаниями и качествами».

Возможным ответом на использование подобного рода уловок может стать двухшаговая реакция. Во-первых, четко квалифицировать ситуацию как уход от реальной темы дискуссии или попросить аргументировать высказанную точку зрения и уточнить, что именно собеседнику кажется банальным, нелепым, наивным и т. п. Во-вторых, сделать ответное манипулятивное заявление следующего, например, содержания: «Любители старых подходов, надеюсь, среди нас их нет, недостаточно гибки и восприимчивы к новым веяниям. От этого страдает развитие конкурентоспособных технологий, давно применяемых на Западе. Однако вернемся...».

1.3. Ссылка на авторитет.

Является одним из наиболее действенных способов противопоставить точку зрения собеседника мнению окружающих:

- повышение психологической зависимости доводов за счет апелляции к собственному жизненному, производственному опыту типа: «Я 15 (20, 25) лет проработал в... и знаю ситуацию не понаслышке!»;
- использование фамилий и мнений известных личностей как абсолютных и непререкаемых авторитетов, независимо от содержания дискуссии и обсуждаемых проблем. Например: «...еще Платон задолго до нашей эры писал, что..., а вы говорите...», «Великий, известный всему миру... утверждал как раз обратное»;
- использование дополнительных доводов, усиливающих иллюзию правомерности переходов от посылок к тезису: «Это решение, безусловно, правильное, т. к. отвечает интересам народа нашего региона...».

Защита. В каждой из трех приведенных уловок есть свое слабое звено, которое и необходимо «разбить», уклоняясь от манипуляции. Так, отвечая на любой из первых двух

приемов, видимое преимущество легко свести на нет, заявив, что с тех пор ситуация во многом изменилась, а наука и техника давно ушли вперед. Третий прием обходится саркастическим замечанием, что вряд ли народ столь единодушен в своих интересах, как это пытается представить говорящий.

2. Манипуляции, воздействие которых связано с особенностями человеческого восприятия.

2.1. «Ошарашивание»:

- атака «по-гусарски». Психологическое давление, очень громкое (сверх необходимости) ведение диалога, напористо, с бравадой, апломбом. В такой манере взаимодействия с партнером преобладает натиск при минимуме логической аргументации. Человек, в отношении которого используется этот прием, часто теряется, начинает оправдываться, чувствует, что его «приперли к стенке».

Защита. Один из эффективных способов противостояния такому буквально «физическому» воздействию — перехват инициативы путем задавания вопросов на понимание и структурирование таким образом дискуссии. Например, «Если я вас правильно понял, то...», «Прежде чем вы выскажете следующий тезис, я отвечу на этот» (или «хочу уточнить»). При этом важно сохранить комфортные для себя темп и громкость голоса, а не поддаваться влиянию оппонента;

- из выдвинутых доводов оппонента выбирают самый уязвимый, его «разбивают» в демонстративной форме, а отношение переносят на остальные и/или на самого оппонента.

Защита. Если против вас применяется такая уловка, важно не пропустить момент обобщения (когда негатив переносят на все сказанное и сделанное вами) и в ответной реакции раскрыть остальным участникам дискуссии, какого рода «нечистоплотный» прием был использован вашим оппонентом.

3. Манипуляции, воздействие которых направлено на затруднение осмысления происходящего и дезориентацию оппонента.

3.1. Нарушение правил логики:

- применение софизмов: «если после этого, значит, вследствие этого». Например, «...когда Б. Иванов стал директором, то понизилась рождаемость». Стало быть, как это ни парадоксально, в снижении рождаемости виноват Б. Иванов;
- увод от логики здравого смысла. Например, «Наши сотрудники не справляются с работой. Давайте наберем иностранных специалистов». Хотя по логике здравого смысла справляются с работой профессиональные сотрудники, при этом неважно, иностранные это специалисты или российские;
- ссылка на частное как на закономерное. Часто используют для того, чтобы «завалить» новую идею, нового человека.

Защита. Как правило, при использовании данных приемов рассуждения на основе искаженных логических правил не доводятся до конца. Завершение подобных спекуляций и демонстрация их абсурдности и несостоятельности (как это сделано выше) — один из наиболее эффективных способов защиты.

3.2. Противоречие между поведением и произносимыми словами:

- «двойная команда». «Вы развиваете технику и способствуете заражению окружающей среды радиацией». Человек автоматически начинает возражать, при этом его протест отрицает как утверждение, что они «развивают технику», так и то, что «заражают окружающую среду»;

- «огульное несогласие» со всем, что говорит партнер. При этом декларативно может провозглашаться стремление к компромиссу, но на деле это сопровождается препирательством по мелочам, придиркам и т. д.;
- «подмазывание довода» особенно в сочетании с иронией, демонстрируемой в качестве тонкой лести или комплимента: «Ну, конечно, вам виднее...», «Как вы с вашей великолепной эрудицией этого не знаете...»;
- поспешное, даже демонстративное «формальное согласие». Скрытый мотив этого приема заключается в том, что на фоне поспешного, поверхностного соглашательства по существу отвергаются все предложения и доводы партнера.

Защита. Разоблачение расхождения слов и дел на практике, определение такого взаимодействия как неконструктивной траты времени, выдвижение требования: «или работаем, или нет», вербовка союзников («кого так же, как и меня, не устраивает данное положение...») — возможные шаги на пути преодоления описанных манипуляций.

3.3. Использование закономерностей мышления.

Постепенное «приучение» оппонента к какой-либо мысли, в защиту которой аргументы не приводятся, а затем, после многократного повторения, она объявляется очевидной или доказанной.

4. Манипуляции, направленные на формирование негативного контекста или общественного мнения.

4.1. «Чтение мыслей» оппонента.

Например, «Вы, кажется, думаете, что я вас хочу уговорить голосовать за меня? Нет, вы ошибаетесь, я...».

Защита. Саркастическое замечание, что собеседник, вероятно, думает, что он обладает магическими способностями «читать мысли». Очевидно, его заблуждение не имеет отношения к реальности.

4.2. Построение фразы:

- манипулирование определениями, имеющими в обыденно-практическом сознании негативное представление: «бюрократ», «аппаратчик», «функционер», а не «государственный служащий», «руководитель» или «управленец»;
- еще одна отработанная психологическая уловка — применение «тяжелых слов», попросту — обвинений. Суть ее сводится к тому, что, задавая вопрос, собеседник высказывает его в виде обвинения (порой в резкой и обидной форме). В результате создается очень сложная ситуация. Ее цель состоит в том, чтобы обескуражить оппонента;
- весьма сильная психологическая уловка — такая диада, как «вопрос — суждение». Обычно подобный вопрос задается по следующей схеме: сначала следует пространное негативное суждение, а затем задается сам вопрос. Оппонент реагирует сначала на суждение и сразу же попадает в положение оправдывающегося, а потом только отвечает на поставленный вопрос, вследствие чего ответ в целом выглядит неубедительным. При этом задающий вопросы занимает позицию своеобразного судьи.

Защита. В этом случае важно вовремя перехватить инициативу и уточнить, что хочет сделать собеседник, задать вопрос, как он это анонсировал, или все же высказать суждение. Если момент пропущен, то при ответе важно разделить две части и отреагировать только на вопрос: «Формулируя вопрос, г-н Х начал с суждения о том-то. Что ж, его личную точку зрения мы услышали. Отвечаю на заданный далее вопрос...»;

- «спираль вопросов». С целью дискредитации оппонента используется также методика «спирали», или «цикличности» вопросов. Так, одна сторона, задав вопрос и получив на него исчерпывающий ответ, задает его еще и еще раз, лишь несколько видоизменяя форму. Другая сторона прилежно и последовательно на него отвечает, стараясь по-разному аргументировать свои суждения и тезисы. В результате, от ответа к ответу их аргументация становится все более расплывчатой и менее убедительной, чем и пользуются искушенные оппоненты.

Защита. В данном случае важно внимательно отслеживать происходящее и вовремя отсекал попытки повторить вопрос: «По данной проблеме я уже выразил свою точку зрения. Не будем тратить время на повторение сказанного»;

- «ответы — суждения». Эта методика сводится к тому, что сначала высказывается суждение о проблеме или о том, кто задал вопрос, или о характере самого вопроса, а уж потом кратко на него отвечают. Этот прием применяется тогда, когда задан неудобный вопрос и ответ на него будет явно невыигрышным.

Защита. Констатация излишнего внимания отвечающего на второстепенных моментах, просьба уточнить ответ по ряду параметров — эффективная тактика поведения в данной ситуации.

4.3. Изменение масштаба явлений (к примеру, величины недопоставки, долга).

Защита. Если оппонент использовал этот прием, то констатация искажения действительности и приведение точных фактов и численных показателей могут оказаться действиями, убийственными для его репутации.

5. Манипуляции, суть которых — «глухое» сопротивление:

- «нигилистический конформизм». Это отвержение любого стандарта, любого мнения, предлагаемого оппонентом. В данном случае важнее всего безусловное отстаивание своих позиций;
- «спираль ответов». Уловка по типу использования зеркально отражает «спираль вопросов». В ней практически на любые вопросы следует один и тот же ответ с небольшими модификациями начала, окончания, использования цитат и др.;
- демонстративное умалчивание.

Способы противостояния манипуляциям в ходе переговоров или публичных выступлений

Манипуляция со стороны обычно кажется деликатным и светским обращением. Агрессивный ответ сформирует у окружающих представление о вас, как о человеке невежливом, плохо контролирующем свои эмоции. Поэтому при ведении деловых переговоров или при публичном выступлении, прежде всего, следует сохранять спокойствие, хладнокровие, внимательно слушать партнеров и отслеживать, как минимум, два плана: содержание высказываний и способ действий оппонентов (что говорят и как это делают).

Общая схема реакции на психологическую уловку предполагает:

- идентификацию манипуляции (идентификация может быть осуществлена по параметру «неприятная эмоция» или по параметру «непонятное содержание»);
- оценку собственных чувств («как я к этому отношусь»);
- восстановление эмоционального спокойствия и следование первоначальным целям;

- проведение «рефрейминга содержания», то есть для ответа на манипуляцию следует расширить «поле смыслов», отвлечься от навязываемых точки зрения и ракурса рассмотрения проблемы, дать ответ с выгодной вам позиции.

Вопросы и задания

1. Какому виду спора соответствует следующая характеристика: «Конечно, такой спор возможен только между компетентными людьми, знающими данную проблему, заинтересованными в ее решении. В результате такой умственной борьбы человек чувствует себя возвышеннее и лучше. И даже если приходится отступать, сдавать позиции, отказываться от защищаемой мысли, то неприятное ощущение от поражения уходит на задний план»:

- спору для победы;
- спору из-за истины;
- спору для убеждения кого-либо;
- спору ради спора.

2. Установите соответствие между типом спора и его характеристикой.

1. Для таких спорщиков безразлично, о чем спорить, с кем спорить, зачем спорить. Им важно блеснуть красноречием. Если вы будете отрицать какое-либо положение, они обязательно начнут его защищать	а) спор ради победы
2. Этим спорщикам очень важны успех в споре, высокая оценка окружающих, признание своих интеллектуальных способностей, ораторских данных.	б) спор ради истины
3. Спорящий убеждает противника в том, в чем сам глубоко убежден	в) спор для убеждения
4. Спорящий уверяет потому, что так «надо» по долгу службы, в силу каких-либо обстоятельств. Сам же он вовсе не верит в истину того, что защищает, или в ложность того, на что нападает	г) спор ради спора

3. Установите соответствие между одним из принципов ведения спора и вариантом его нарушения.

1) принцип равной безопасности	а) спорящий ориентируется в высказываниях только на личные интересы
2) принцип децентрической направленности	б) спорящий позволяет себе оскорбление, унижение личности собеседника
3) принцип адекватности того, что воспринято, тому, что сказано	в) спорящий выражается неясно, двусмысленно
	г) спорящий намеренно искажает мысль собеседника в ответной реплике

4. Какому из видов уловок в споре соответствует следующая ситуация: спорщик видит, что его тезис «Все люди трусливы» доказать не удастся, тогда он заявляет, что он имел в виду не всех людей, а большинство?

- отступление от задачи спора;
- отступление от тезиса;
- лживые доводы;
- мнимые доказательства;
- приемы непоследовательности.

Культура ведения дискуссии: цели, структура, роль ведущего, виды вопросов и ответов, приемы активизации

Цели дискуссии

Дискуссией (от лат. исследование, рассмотрение, разбор) называется такой диалог, в котором собеседники выявляют имеющиеся разногласия в отношении того или иного положения (спорной проблемы) и предпринимают попытки к устранению этих разногласий в ходе их обсуждения.

Исходными условиями для начала дискуссии являются, во-первых, наличие по крайней мере двух собеседников (противников) и, во-вторых, наличие некоторого положения — тезиса дискуссии, относительно которого у вступающих в дискуссию имеются разные мнения. Разногласия могут касаться истинности тезиса, его обоснованности, достаточности аргументации, приемлемости следствий, вытекающих из тезиса, и т. д.

Одной из продуктивных стратегий ведения переговоров может стать постепенное повышение сложности обсуждаемых вопросов. Этот подход предлагает сначала обсуждение наиболее легких вопросов. Их решение демонстрирует возможность достижения договоренностей и создает благоприятную психологическую атмосферу на переговорах.

Другая эффективная стратегия — поиск общей зоны решения. При этом подходе стороны сначала приходят к согласию относительно общего содержания совместного документа, иными словами, определяется зона возможных решений. Затем следует уточнение деталей.

Разделение сложной проблемы на отдельные составляющие — еще один продуктивный подход к ведению дискуссии. Разложив проблему, участники дискуссии определяют, возможно ли достижение договоренности по каждому элементу. Если нет, то целесообразным может быть вынесение некоторых проблем за скобки переговоров. В этих условиях, безусловно, всеобъемлющее соглашение достигнуто не будет. Однако в целом ряде случаев наличие такого частичного решения будет значительным шагом вперед по сравнению с отсутствием какой бы то ни было договоренности.

Иногда действия партнера нельзя отнести к тому или иному подходу. Похожие внешне, они могут иметь различный смысл. Существует хорошо известный прием пакетирования, когда несколько предложений или вопросов увязываются и предлагаются к рассмотрению в виде «пакета», т. е. обсуждению подлежат не отдельные предложения или вопросы, а их комплекс. Использование «пакета» в рамках торга предполагает увязывание привлекательных и малопривлекательных предложений. Создатель «пакета» исходит из крайней заинтересованности партнера в нескольких предложениях из этого «пакета» и надеется на одобрение всех предложений. Тем самым создатель «пакета» открывает свою позицию. После дискуссии стороны приходят к какому-либо решению. Иногда «пакет» возникает в результате дискуссии или предлагается в начале переговоров, если стороны хорошо знают позиции друг друга.

Другой прием характерен для многосторонних переговоров и предполагает разработку блоковой стратегии, заключающейся в согласовании действия с партнерами, выступающими единым блоком. Иногда этот прием используется для того, чтобы не дать провести решение путем выдвижения альтернативного предложения.

Структура дискуссии

Композиция дискуссии складывается как последовательность частей в той или иной конфигурации, когда одна форма сменяется другой, повторяется, комбинируется с другими различным образом. Искусное использование частей речи составляет основу ее расположения. Части речи — это крупные риторические аргументы, средства риторического доказывания. Вот их классическая последовательность: обращение, название темы, повествование, описание, доказательство, опровержение, воззвание (заключение).

Первая часть — обращение. Это аргумент от личности говорящего. Здесь убеждает сам образ оратора. Но образ оратора действует через обращенную к аудитории речь. Поэтому содержание обращения — так или иначе высказанная просьба прослушать все то, что последует за ним.

Вторая часть — название, или обозначение темы. Это тоже важный риторический аргумент. Само название темы и ее объяснение составляют смысловой центр аргументации. Бывает, что, выслушав только одно название, публика не хочет слушать дальше или, наоборот, уже согласна с оратором. Аудитория понимает, что тема — центр содержания речи, и предполагает все возможные аргументы.

Следующая часть речи — повествование. Здесь предмет речи развивается в его историческом становлении.

Четвертая часть — описание, в котором дается систематическая картина предмета. Предмет рассматривается и по частям в их соотношении, и в целом. Это всегда системный анализ предмета.

Пятая часть — доказательство. Она содержит логическое доказывание, в котором применяются разные виды аргументации, примеры и другие формы доказывания, несложные — например, вещественные доказательства. Избрание формы доказательства зависит от характера аудитории и от направления доказывания, а также от убеждений и от настроений слушателей. В древности говорили: «Аргументы не перечисляются, а взвешиваются». Доказательство — центральная часть речи.

Шестая часть — опровержение — следует за доказательством. Опровержение в риторической теории частей речи представляет собой доказательство от противного.

Седьмая часть — воззвание (заключение). Это обращение к сердцам слушателей и к их эмоциям.

Роль ведущего

Роль ведущего в дискуссии весьма важна. Многое зависит от личности человека, исполняющего эту роль. Главные качества ведущего — четкое представление обсуждаемой темы, гибкость в поведении и способность адаптироваться к аудитории. Он должен быть нейтральным и беспристрастным, чтобы помочь участникам дискуссии достигнуть общей цели. Полномочия ведущего очень весомы. Контролируя процесс, он контролирует результат.

Прежде чем начать работу, ведущий должен представиться сам и представить своих помощников, объяснить присутствующим свои и их обязанности, убедившись, что все участники поняли суть этих ролей. Если на заседание клуба приглашены эксперты, надо пояснить их функцию, чтобы в ходе работы у выступающих не возникло желание апеллировать к ним как к судьям.

Ведущий должен предложить участникам высказать свои мысли по поводу того, что они ожидают получить в результате этой дискуссии, которые на листе «Ожидания» запишет он сам или его помощник (Не следует принуждать к высказыванию того, кто не желает этого делать!).

Можно дать следующие рекомендации ведущему дискуссии для ее упорядочения:

- сосредоточьте участников на конкретно обсуждаемом вопросе;
- вы можете установить очередность выступлений, если появляется сразу много желающих высказаться;
- сдерживайте участников, не давая говорить всем одновременно;
- в случае необходимости предложите еще раз прочитать обсуждаемый вопрос: не допускайте, чтобы участники переключились с обсуждаемой темы, пока она не будет исчерпана полностью;
- следите за тем, чтобы каждый из присутствующих имел возможность высказаться, чтобы никто не подвергся личным нападкам и не эксплуатировал внимание участников;
- когда вы предоставляете слово одним и тем же участникам, игнорируя остальных, то толкаете дискуссию в направлении, выбранном «активистами»;
- не отвечайте сами на вопросы, касающиеся содержания обсуждения, используйте прием «бумеранга»: адресуйте эти вопросы всем дискуссантам; в случае если задавший вопрос будет настаивать на ответе, напомните ему о своей роли;
- не делитесь своими соображениями и не давайте оценки мнениям других: если у вас возникнет непреодолимое желание выразить свою позицию по обсуждаемому вопросу, попросите у участников разрешения выйти из роли («Могу ли я на минуту перестать быть ведущим?»), выскажитесь и немедленно вернитесь к своим обязанностям;
- вмешивайтесь и более жестко руководите дискуссией, когда атмосфера накаляется или обсуждение зашло в тупик;
- не позволяйте никому вступать в диалог без вашего разрешения.

Как вести себя с «трудными» людьми:

- когда поведение «трудного» участника дискуссии начинает мешать общей работе, не игнорируйте этот факт, сделайте замечание, начиная с более мягкого тона, прямую конфронтацию оставьте на крайний случай;
- если участник все время возвращается к уже обсужденному вопросу, продемонстрируйте ему, что все это уже обговорено и записано в «коллективную память»;
- всегда и всех критикующего и дающего негативные оценки выступлениям можно остановить, пообещав при подведении итогов дать ему высказаться;
- молчаливого или сидящего с отсутствующим видом человека попробуйте заинтересовать, обратившись к нему с вопросом «А что Вы думаете по этому поводу?»; если он затрудняется ответить, быстро переключитесь на другого участника; в перерыве постарайтесь выяснить у «отсутствующего», почему он не участвует в дискуссии;
- очень трудно сосредоточиться, когда рядом шепчутся или хихикают: попробуйте подойти близко к шептунам. Если это не поможет, попросите их сказать, что они обсуждают. Отказавшимся высказаться предложите выйти и побеседовать за пределами помещения;
- если присутствующий на дискуссии использует свое положение, возраст, ученые степени или дает всем указания, как и что делать и говорить, предложите ему после перерыва взять на себя роль ведущего и в случае острой необходимости предоставьте ему такую возможность.

Виды вопросов и ответов

Вопросы и замечания — неперенные атрибуты механизма дискуссий. Именно в вопросах и замечаниях выражаются сомнения, т. е. несовпадения мнений, выясняются позиции, аргументы, основания. Возникновение вопроса — это первый признак мышления человека. Однако далеко не все замечания и вопросы имеют конструктивную, плодотворную направленность. Они могут носить и деструктивный (разрушительный) характер, вплоть до обструкции (срыва) творческого процесса.

Какие вопросы встречаются в спорах, дискуссиях, беседах? Неполный перечень говорит об их многообразии.

1. Вопрос-капкан предполагает уловку. Следует иметь в виду, как показывает практика, что ряд умело подобранных вопросов может довести любого собеседника до кипения. Сорвавшись, человек потеряет самообладание и нить своих рассуждений, а деморализованный соперник уже не соперник. Не давайте втянуть себя в разговор, от которого выигрывает противник. Юмор, ирония, анекдот, пародия, «возвратный удар» — вот средства парирования вопросов-капканов.
2. Контрвопрос, который часто применяется для нейтрализации суждения.
3. Блокирующий вопрос, функция которого — «закрыть горизонт» оппоненту и добиваться таких ответов, которые соответствуют концепции собеседника; если вопросы сформулированы достаточно искусно, то они подталкивают мысль только в одном направлении, блокируя возможные альтернативы.
4. Каверзный вопрос. Сократ, как известно, приводил оппонента к полному краху своими каверзными вопросами. Когда его судили, он подробно объяснил, почему постоянно задавал людям каверзные вопросы: им двигало стремление пробудить у них чувство справедливости и отвратить от дурных поступков. Себя он сравнивал с оводом, не дающим скотине зажиреть от дремоты.

Если слушатель чувствует фальшь или ложь в рассуждении оратора, то его протест чаще выражается в каверзных вопросах. Дилетантский подход, вздор и попытки ввести в заблуждение, украшательства — все это вызывает каверзные вопросы оппонентов. Как себя уберечь от этого? Будьте искренними. Доверительность нейтрализует желание некоторых людей задавать каверзные вопросы.

5. Принудительный вопрос, с помощью которого собеседник стремится уговорить нас согласиться с ним. Обычно это вопросы типа: «Ведь вы не будете этого отрицать?». Вымогая наше согласие, оппонент практически оставляет нам лишь одну возможность — признать себя побежденными. Какой здесь выход? Пожалуй, один — сказать: «Не занимайтесь вымогательством».
6. Риторический вопрос. Если необходимо или слушатели готовы к одобрению, то прибегайте к таким вопросам. Они обеспечивают молчаливое согласие участников беседы с нашим мнением, т. е. поддержку. Формулируйте вопросы так, чтобы на них можно было дать однозначные ответы — да или нет, чтобы они звучали кратко, создавали ритм, закрепляя мысль. В большой аудитории риторические вопросы очень спланивают людей (в такой обстановке молчание и будет означать одобрение вашей точки зрения).
7. Ускоряющий вопрос. В тех случаях, когда мы хотим повлиять на точку зрения собеседника, подтолкнуть его к согласию или подтверждению ранее достигнутой договоренности, следует применять ускоряющие вопросы. Ускоряющие вопросы вынуждают

собеседника форсировать аргументацию своего мнения. Однако здесь кроется опасность: у собеседника может сложиться впечатление, будто его допрашивают. Центр усилий смещается в вашу сторону, а собеседник лишен активности и может поэтому «взорваться»: «Вы меня не подгоняйте». Применяйте данные вопросы с осторожностью и в тех случаях, когда участники дискуссии достаточно осведомлены в проблеме.

8. Уточняющий вопрос. Пользуйтесь этим вопросом, если вам нужны дополнительные сведения или вы хотите выявить истинные мотивы стороны, когда собеседник занимает нейтральную или позитивную позицию по отношению к вам и готов передать информацию. Такие вопросы обычно начинаются со слов *что, кто, как, почему, сколько*. Например: «Чего, по вашему мнению, недостает в аргументации этого предложения?»

В чем польза такого вопроса? Собеседник находится в активном состоянии, становится источником информации, идей, предложений; он имеет возможность по своему усмотрению сообщать информацию; ему льстит внимание к его мнению, и этим устраняется психологический барьер в споре.

В чем опасность увлечения уточняющими вопросами? Вы, конечно же, теряете инициативу, и беседа может перейти в русло интересов и проблем собеседника. Не давайте увести себя такими вопросами в пустой разговор. Противник может оградить себя от критического анализа, а из вас выжать все, что его интересует. И сделает это с большим вниманием и тактом.

С помощью вопросов мы, с одной стороны, максимально активизируем оппонента и даем ему возможность самоутвердиться, с другой — улучшаем свое положение, уводим собеседника от критического анализа наших позиций. Он испытывает удовлетворение от возможности выговориться, а мы облегчаем себе решение задачи.

Вопросы выполняют важную роль на всех фазах дискуссии, закрепляя промежуточные результаты обмена мнениями.

Можно классифицировать вопросы по иному основанию — по применяемым коммуникативным техникам. Для эффективного рефлексивного слушания очень важно уметь задавать вопросы и правильно их формулировать.

Типы вопросов и способы их формулирования

Коммуникативные техники	Определение	Как это сделать?
Открытые вопросы	Вопросы, предполагающие развернутый ответ	Начинайте вопрос со слов: <i>что, как, почему, при каком условии</i> . Например: При каком условии результат был бы приемлемым для вас?
Закрытые вопросы	Вопросы, предполагающие однозначный ответ	Вы отправили письмо? Тебя больше всего интересуют развлечения?
Альтернативные вопросы	Вопросы, в формулировке которых содержатся варианты ответов	Вам больше подойдет ответ по телефону или в письме? Вас интересуют данные за год или за последний месяц?

Закрытые вопросы — это, по сути, гипотезы, которые нужно лишь подтвердить или опровергнуть. То же можно сказать об альтернативных вопросах с той разницей, что в последних содержится не одна гипотеза, а несколько (и все они могут оказаться

неверными). Чаще всего в речи мы задаем закрытые вопросы, и в этом одна из распространенных проблем общения: не прояснив существа дела, формулировать свою версию, а потом требовать ее подтверждения через закрытый вопрос.

Наши предположения могут совершенно не совпадать с тем, что имеет в виду собеседник. Поэтому лучше всего задавать открытые вопросы, которые дадут возможность собеседнику сформулировать свою позицию.

Кроме того, следует учитывать и особенность нашей культуры. Дело в том, что часто открытые вопросы воспринимаются как скрытое обвинение. Осуждение или запрет в русском языке может выражаться не столько в форме глагола в повелительном наклонении, сколько в форме вопроса: «Зачем взял?», «Куда пошел?». Такая форма не только содержит запрет, но и угрозу. Поэтому неудивительно, что часто отклик на вопрос носит характер отрицательной реакции.

Приемы активизации дискуссии

В случае «вялой» дискуссии, когда участники отвечают по очереди, практически не общаясь между собой, роль ведущего в активизации обсуждения очень важна.

Для активизации дискуссии целесообразно использовать следующие методы:

- 1) «тихих», неразговорчивых участников можно втянуть в дискуссию, подчеркнув важность мнения каждого участника;
- 2) применить метод «снежного кома», а именно: повторение высказывания любого из респондентов с вопросительной интонацией помогает вовлечь в обсуждение членов дискуссии;
- 3) кроме этого, для уточнения ответов используют метод «повтора», так как это хороший способ «заставить заговорить» участников дискуссии. С этой целью участников обсуждения просят повторить, резюмировать сказанное;
- 4) следует использовать правило «пятисекундной паузы», которая создает условия для последующих высказываний других участников дискуссии по данному вопросу или пояснений со стороны говорящего;
- 5) в случае доминирования в дискуссии одного из участников, ведущему целесообразно его контролировать, избегая визуального контакта с ним.

Для того чтобы «разбить» повисшее в группе молчание, важно различать «гробовое» и «содержательное» молчание. Если возникла пауза первого типа, то независимо от степени формализации группы, следует обращаться с вопросами ко всем участникам, называя их по именам, и просить отвечать на вопрос поочередно, по часовой стрелке. Содержательное молчание может быть вызвано характером обсуждаемой темы. В этой ситуации нужно просто выждать время и дать возможность участникам дискуссии собраться с мыслями.

Вопросы и задания

1. Выберите верное окончание фразы: «Дискуссией называется такой диалог, в котором собеседники...»:

- стремятся переубедить друг друга, доказав свою правоту;
- выявляют имеющиеся разногласия в отношении того или иного положения;
- предпринимают попытки к устранению разногласий в ходе их обсуждения;
- определяют истинное положение вещей.

2. Какого из типов стратегий ведения дискуссии не существует:

- постепенное повышение сложности обсуждаемых вопросов;
- поиск общей зоны решения;

- формирование пакета предложений;
 - сопоставление позиций партнеров;
 - разделение сложной проблемы на отдельные составляющие.
3. Какая из предложенных цепочек описывает главные части структуры дискуссии:
- вступление — основная часть — кульминация — заключение;
 - зачин — аргументация — кульминация — ответ — финал;
 - обращение — обозначение темы — повествование — описание — доказательство — опровержение — воззвание.
4. Какой из советов ведущему дискуссии несправедлив:
- сосредоточьте участников на конкретно обсуждаемом вопросе;
 - сдерживайте участников, не давая говорить всем одновременно;
 - следите за тем, чтобы каждый из присутствующих имел возможность высказаться;
 - делитесь своими соображениями и предлагайте свои оценки ситуации;
 - вмешивайтесь и более жестко руководите дискуссией, когда атмосфера накаляется или обсуждение зашло в тупик;
 - не позволяйте никому вступать в диалог без вашего разрешения.
5. Какое качество не должно быть свойственно ведущему дискуссии:
- гибкость в поведении и способность адаптироваться к аудитории;
 - деликатность и скромность в обращении с аудиторией;
 - четкое представление обсуждаемой темы;
 - беспристрастность, чтобы помочь участникам дискуссии достигнуть общей цели.
6. Установите соответствие между типом вопроса и его характеристикой.

1. Риторический вопрос	А. Вынуждает собеседника форсировать аргументацию своего мнения. Однако здесь кроется опасность: у собеседника может сложиться впечатление, будто его допрашивают
2. Ускоряющий вопрос	Б. Пользуйтесь этим вопросом, когда вам нужны дополнительные сведения или вы хотите выявить истинные мотивы стороны
3. Уточняющий вопрос	В. Если вопрос сформулирован достаточно искусно, то он подталкивает мысль только в одном направлении, блокируя возможные альтернативы
4. Блокирующий вопрос	Г. Он обеспечивает молчаливое согласие участников беседы с нашим мнением, т. е. поддержку

ТЕМА 6. НЕВЕРБАЛЬНЫЕ И НЕРЕЧЕВЫЕ ВИДЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УСТНОМ ОБЩЕНИИ

Невербальные средства общения

Для передачи своих мыслей, настроения, желаний человек использует как вербальные (словесные), так и **невербальные (несловесные) средства** — мимику, жесты. Ученые-невербалисты считают, что при общении невербальные средства преобладают. Так, австралийский писатель и исследователь Алан Пиз в своей книге «Язык жестов» приводит следующие данные: в процессе взаимодействия людей от 60 до 80 % коммуникации осуществляется за счет невербальных средств, соответственно, на долю вербальных приходится 20—40 %. Есть и более парадоксальные цифры. Американский психолог, почетный

профессор психологии Калифорнийского университета Альберт Мейерабиан установил, что передача информации происходит за счет вербальных средств на 7 %, за счет звуковых — на 38 % и за счет невербальных — на 55 %. Ученые зафиксировали почти миллион невербальных сигналов, только с помощью рук человек может передать 700 000 сигналов.

Основные невербальные средства по каналу общения делятся на **визуальные, акустические и тактильные**.

Визуальные невербальные средства — это те, которые воспринимаются с помощью зрения. В визуальные невербальные средства включаются физический облик человека с его постоянными (телосложение, национальные, возрастные и т. д.) и переменными (настроение, состояние здоровья и пр.) параметрами, костюм как способ социального оформления внешности, манеры, поведение. Все эти средства создают облик человека в целом, обозначают его статус в ситуациях общения, но прямого отношения к речевому общению не имеют.

К речевым визуальным невербальным знакам относятся жесты, мимика, взгляд, позы, расположение в пространстве.

Наиболее заметными среди названных знаков являются жесты.

Жесты (движения головы и рук) выполняют в речи различные функции, в соответствии с которыми они делятся на:

- 1) эмоциональные (например, всплеснуть руками);
- 2) изобразительные (например, показать размер, форму предмета);
- 3) указательные (указать направление, местонахождение конкретного предмета);
- 4) регулирующие (например, призвать к молчанию или, наоборот, попросить говорить громче);
- 5) символические (рукопожатие) и др.

Жесты должны быть уместными, их смысл должен быть понятен адресату. Жесты не должны быть пустыми, подобно словам-паразитам: привычка поправлять что-то в одежде, прическе, вертеть в руках предметы, покачиваться во время разговора и т. п. — все эти движения расцениваются как коммуникативные помехи. Требование «чистоты» при использовании несловесных средств еще более справедливо для жестов, которые можно считать эквивалентами разговорной лексики, находящихся за пределами литературного языка, а также для жестов, которые нарушают традиционные этические нормы (например, указывать на человека указательным пальцем).

Жест имеет значение и, как и слово, может быть многозначным, сложным по значению и ситуативным. Так, рукопожатие может означать приветствие, прощание, поздравление, знакомство. Жесты могут образовывать ряд аналогов — функциональный «синонимический» ряд: жесты приветствия — рукопожатие, кивок, улыбка, неглубокий поклон, приподнимание шляпы. Жестам свойственна и стилистическая дифференциация: есть жесты нейтральные и эмоционально-экспрессивные, возвышенные и грубые, фамильярные, развязные и т. д.

Многие начинающие ораторы задаются следующими вопросами: «Что делать со своими руками?», «Как сделать, чтобы руки не выдавали моего волнения?». Но лучше вопрос сформулировать по-другому: «Как руки могут мне помочь?».

Нельзя руки держать в карманах, это говорит о плохих манерах. К тому же, держа руки в карманах, вы не сможете научиться пользоваться ими. Но попробуйте во время выступления держать руки «по швам», забыв о жесте, и вы сразу же ощутите «деревянную» сухость голоса, скованность мыслей.

Вот показательный пример важности использования жестов в речи. В одну старую церковь постоянно (каждое воскресенье) приходил старый мастер-ремесленник. Он был почти глух, но тем не менее регулярно приходил и садился на первую скамейку перед кафедрой. Пастор во время проповеди увлеченно жестикулировал руками, кистями рук, всем телом и говорил для этого слушателя особенно громко. В один прекрасный день проповедник воскликнул: «Но это поистине замечательно, что вы так прилежно посещаете все мои богослужения. Надеюсь, вы поняли все, что я сказал?» — «Господин пастор, — ответил старик, — с пониманием дело обстоит так, что я не понял ни слова, но мне очень нравится на вас смотреть!». Этот пример показывает, что когда вы выступаете, у вас имеются не только слушатели, но и зрители.

Но лишь глухие рады чрезмерной жестикуляции. Лучше всего, когда поза при выступлении спокойная, а жесты свободные и естественные, а не небрежные и вызывающие. Когда слушатель видит перед собой мечущуюся фигуру, у него возникает раздражение. Жестикуляция может и должна сопутствовать ходу мыслей. Шаблонных жестов не существует, есть жесты приглашающие, отвергающие, повелительные, вопросительные.

При этом необходимо считаться со следующими правилами:

- 1) около 90 % жестов необходимо делать выше пояса. Жестикуляция ниже пояса часто имеет значение неуверенности, неудачи, растерянности;
- 2) локти не должны находиться ближе чем на 3 см от корпуса. Меньшее расстояние будет символизировать незначительность вашего авторитета и слабость позиции;
- 3) жестикулируйте обеими руками. Самое трудное — начать пользоваться жестами, которые вы считаете приемлемыми.

Жесты очень тесно связаны с мимикой, поэтому их обычно рассматривают в комплексе.

Мимика — это значимые движения мышц лица. При этом важно, что под мимикой подразумевается комплекс движений, поскольку именно комплекс изменений мышц лица дает возможность точно определить выражаемую эмоцию. Центром восприятия мимики человека является рот, поэтому особая роль в мимике отводится улыбке. Улыбка — символ дружелюбия, радости, искренности. В то же время она бывает иронической, натянутой, искусственной, снисходительной, презрительной и т. д. и в этих случаях вызывает совершенно другой эффект.

Не менее важным несловесным средством является **взгляд**. Он не только выражает различные смыслы, но и управляет воздействием, передает информацию о поведении партнера, степени его вовлеченности в коммуникацию. Постоянный зрительный контакт позволяет следить за реакцией слушателей и управлять их вниманием. Если почувствуется непонимание или равнодушие в ответном взгляде, есть возможность спасти положение, пояснив сказанное или сказав нечто, что заденет слушателей за живое. Если контакт установлен с какой-то частью зала, по закону эмоционального заражения он охватывает всех. А контакт без взгляда не устанавливается.

Особую роль играет взаимный взгляд. Обмен взглядами важен для управления контактом: он обязателен в одни моменты диалога и не нужен в другие. Визуальный контакт встречается в конце фраз и на стыке двух реплик и не встречается во время пауз нерешительности. Активное прерывание взгляда равносильно уходу из ситуации общения. Частота визуального контакта и нормированность его употребления во многом определяются особенностями той или иной культуры. Так, арабы, латиноамериканцы, южноевропейцы часто контактируют взглядами, тогда как азиаты, индопакистанцы, северо европейцы относятся к группе неконтактных. В русской культуре взгляд является важным

средством общения. Если говорящий смотрит в сторону, разглядывает пол, потолок, стены помещения, то общение с ним производит тягостное впечатление. В то же время некомфортно чувствует себя человек, которого «сверлят» взглядом. В первом случае поведение коммуниканта может быть расценено как нежелание общаться или стремление что-то скрыть, а во втором — как желание доминировать в общении или даже как агрессия. Однако если между партнерами доверительные отношения, такой контакт взглядами не причиняет неудобств.

В акустические невербальные средства входят прежде всего голос (его сила, громкость, тембр), **интонация** (различного рода ударения и паузы, темп, ритм), а также молчание. Интонация в большей степени, чем другие несловесные средства передает истинные оценки и эмоции говорящего. Интонацию очень трудно симитировать, подделать. К. С. Станиславский утверждал, что интонации научить нельзя. Интонационный рисунок речи определяется не только техническими параметрами речи, но и ее смысловой основой — подтекстом. **Подтекст** — это передача истинного отношения автора речи к ее предмету и собеседнику посредством интонации. Чаще всего подтекстовая и текстовая информации совпадают и усиливают друг друга. В тех случаях, когда они противоречат друг другу, основную роль играет подтекст.

Тактильные невербальные средства — это средства, которые рассчитаны на осязание, т. е. различного рода прикосновения. Тактильные средства могут быть использованы только при непосредственном контактном общении. Это жесты-прикосновения для привлечения внимания, различного рода рукопожатия, объятия и поцелуи, которые носят не только интимно-дружеский, но и этикетный характер. В письменной речи тактильными средствами являются материал для письма (бумага, кожа, ткань и т. д.), способ его обработки (тиснение, аппликация, прорези и пр.). Именно на тактильных средствах построена специальная азбука Брайля для слабовидящих. Тактильные несловесные средства в лингвистике почти не изучены, вероятно, потому, что относятся преимущественно к сфере личного общения, тогда как в центре внимания исследователей находятся в основном ситуации публичной коммуникации.

Несловесные средства общения всегда образуют комплекс — своеобразное высказывание, и в этом отношении они аналогичны словесной речи. Правильно интерпретировать несловесные средства можно только в комплексе и с учетом всей ситуации общения. Невербальные средства в гораздо меньшей степени подвергаются внутреннему контролю, поэтому степень достоверности получаемой информации при таком способе передачи выше, чем при вербальном.

Вопросы и задания

1. Какое из утверждений верно:

- передача информации происходит за счет вербальных средств на 7 %, за счет звуковых — на 38 % и за счет невербальных — на 55 %;
- передача информации происходит за счет вербальных средств на 40 %, за счет звуковых — на 8 % и за счет невербальных — на 52 %;
- передача информации происходит за счет вербальных средств на 60 %, за счет звуковых — на 30 % и за счет невербальных — на 10 %.

2. К речевым визуальным невербальным знакам не относят:

- | | |
|--------------|--------------------------------|
| • интонацию; | • взгляд; |
| • жесты; | • позы; |
| • мимику; | • расположение в пространстве. |

Слушание и его виды

В зависимости от ситуации общения, от целей и задач, решаемых в процессе слушания, используются различные способы слушания — **нерефлексивное** и **рефлексивное** слушание.

Нерефлексивное слушание не означает, что это пассивное слушание: оно молчаливое, но внимательное, понимающее, поддерживающее. Такое слушание требует значительного физического и психологического напряжения. Нерефлексивное слушание обычно используется в следующих ситуациях:

- собеседник хочет «выговориться» (в этом случае не надо реагировать на отрицательные эмоции);
- социальные роли участников асимметричны: начальник — подчиненный;
- говорящий испытывает трудности в выражении своих мыслей или чувств (в этом случае необходимо оказать невербальную поддержку или использовать реплики-поддержки, реплики-побуждения: *ну да, это так, понимаю, интересно, можно подробнее?*).

Следует помнить, что нерефлексивное слушание, точнее, молчаливая внимательность слушающего может быть воспринята говорящим как согласие с высказанной им позицией. Лучше все-таки прервать собеседника, если вы придерживаетесь иной точки зрения, и сразу открыто сказать об этом, чтобы избежать недоразумения в дальнейшем.

Рефлексивное слушание предполагает активное вмешательство в речь говорящего, что обеспечивает адекватное понимание собеседниками друг друга. Вербальные средства реакции на сообщение и есть форма контроля и самоконтроля адекватности услышанного. Основными приемами рефлексивного слушания являются следующие:

- выяснение (*уточните, повторите, разверните эту мысль* и т. п.);
- перефразирование — оформление высказанной мысли иными речевыми средствами (*другими словами..., правильно ли я вас понял...* и т. п.). В официальной беседе разновидностью перефразирования выступает резюмирование (*подведем итог, резюмируем сказанное*);
- отражение чувств (*хорошо, согласен, стоит ли?* и т. п.).

Слушание составляет 45 % в речевой деятельности человека. Оно обеспечивает результативность и успешность общения. Недаром на важность слушания обращали внимание древние философы. Восточная мудрость гласит: «Истина находится не в словах говорящего, а в ушах слушающего». «Научись слушать, и ты можешь извлечь пользу из тех, кто говорит плохо», — замечал Плутарх.

Один из важных принципов беседы — исключительное внимание к партнеру. Слушать партнера — сложное дело, требующее напряжения. Если вы не очень внимательно прислушиваетесь к партнеру, то упускаете многие важные моменты. В результате вы не только потеряете драгоценное время, но и будете раздражать партнера, что осложнит дальнейший ход беседы.

Самая распространенная ошибка у неопытных людей, когда они стараются склонить собеседника к своей точке зрения, — это стремление слишком много говорить самим. Не делайте такой ошибки. Дайте возможность выговориться вашему собеседнику — он лучше вас осведомлен о своих проблемах и нуждах. Задавайте ему вопросы. Если вы не согласны с собеседником, то у вас может возникнуть искушение перебить его. Не делайте этого, терпеливо выслушайте его. Многие партнеры с большим интересом ожидают

паузы в разговоре, чтобы вставить свое замечание. Нужно помнить, что если вы не дадите им высказаться, то у них может создаться впечатление, что их лишили этого права. Они на время затаят свои мысли и чувства, но потом неожиданно их выскажут, подчас вызвав этим ряд дополнительных проблем. Именно поэтому партнеров всегда следует внимательно выслушивать. В качестве примера можно упомянуть основные положения методики эффективного слушания, которая излагается в книге американского психолога И. Атватера «Я вас слушаю».

Поддерживать непрерывное внимание к говорящему для многих людей оказывается нелегким делом по ряду причин.

Отключение внимания. Отвлечь внимание может все, что действует необычно или раздражает. Например, внешний вид говорящего, его голос или произношение, мимика и жесты.

Высокая скорость умственной деятельности. Мы думаем в четыре раза быстрее, чем говорим. Именно поэтому, когда кто-либо говорит, наш мозг большую часть времени свободен и отвлекается от речи говорящего.

Антипатия к чужим мыслям. Любой человек всегда больше ценит свои мысли и для него обычно приятнее и легче следовать за ними, а не за тем, что говорит другой.

Избирательность внимания. Мы привыкли слушать многое, не уделяя всему пристального внимания. Попытка слушать все — непосильное занятие. Именно поэтому в порядке самозащиты мы приучаемся попеременно выбирать то, что в определенный отрезок времени представляет для нас максимальный интерес.

Потребность реплики. Чья-то речь может вызвать у нас неотвратимую потребность ответить. Если это происходит, то мы уже не слушаем, что нам говорят. Наши мысли заняты формулированием «разгромных» комментариев, с которыми мы хотим выступить по окончании речи.

Какие ошибки наиболее часто встречаются у тех, кто слушает?

1. Удаление от основного предмета разговора, которое свойственно многим слушателям, в результате чего может полностью потеряться нить изложения.
2. Заострение внимания на «голых» фактах. Они, конечно, важны, но на «голых» фактах не следует заикливаться. Психологи утверждают, что даже самые тренированные и внимательные люди могут точно запомнить не более пяти основных фактов. Все остальное перемешивается. Именно поэтому при любом перечислении нужно ориентировать внимание только на наиболее существенные моменты.
3. «Уязвимые места» — для многих людей это такие критические слова, которые особенно действуют на психику, выводя человека из состояния равновесия. В такой момент люди уже не следят за тем, что говорят в этот же момент другие.

И. Атватер приводит следующие рекомендации по развитию эффективного слушания:

- **старайтесь сдерживать себя в попытке прерывать собеседника.** Прежде чем отвечать, дайте ему возможность высказаться. Подчеркните своими действиями, что вам интересно его слушать;
- **дайте собеседнику время высказаться.** Многие люди «думают вслух» и на ощупь идут к своей точке зрения. Для того чтобы человек открылся и выразил свою мысль до конца, вы должны дать ему время высказаться свободно и не торопясь. Не подчеркивайте своим поведением, что вам слишком трудно слушать;

- **проявите полное внимание к собеседнику.** Случайного кивка, восклицания или замечания порой достаточно для того, чтобы подчеркнуть заинтересованность. Если собеседник уже высказался, то повторите главные пункты его монолога своими словами. Это гарантирует вас от любых неясностей и недоразумений;
- **избегайте поспешных выводов.** Это один из главных барьеров эффективного общения;
- **не лицемерьте, не притворяйтесь.** Когда нам уже ясно, что беспристрастная, надоедливая и неинтересная речь собеседника начисто лишена информации, мы часто начинаем притворяться: высказываем подчеркнутое внимание к партнеру, но в то же время взгляд останавливается и мы становимся рассеянными. Стоит партнеру заметить это, как его мысли путаются и он теряет нить высказывания;
- **не отвлекайтесь.** Плохого слушателя все отвлекает. Хороший слушатель либо сядет так, чтобы не отвлекаться, либо сконцентрирует свое внимание только на словах партнера;
- **ищите истинный смысл слов собеседника.** Помните, что не всю информацию удастся «уложить» в слова. Слово дополняется изменением тональности и окраски голоса, мимикой, жестами, движениями и наклоном тела;
- **следите за главной мыслью, не отвлекайтесь на частные факты.** Если мы концентрируем внимание только на частных фактах, то из-за этого возникают недоразумения;
- **не монополизируйте разговор.** Собеседник, который стремится занять доминирующее положение в любой ситуации или который считает, что он все знает о предмете разговора, чаще всего — плохой слушатель;
- **приспосабливайте темп мышления и речи.** Плохой слушатель, беседуя с медлительным партнером, позволяет себе быть рассеянным и даже дремать. Эффективность восприятия при этом резко уменьшается.

Использование перечисленных приемов и советов поможет вам улучшить свою способность слушать любых людей.

Кроме того, следует каждый день, по меньшей мере два раза по 10 мин, полностью сконцентрировавшись и отключившись от всех остальных мыслей, слушать кого-нибудь: коллегу, подчиненного, диктора радио и пр. Привычка к концентрации внимания очень благотворно скажется на способности слушать.

Умение слушать — дело не столь простое, как может показаться на первый взгляд! Неслучайно в ряде стран созданы курсы для руководителей по повышению квалификации в умении слушать собеседника.

УЧЕБНЫЕ ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 2

Тема 4. Учебное задание 1

Ознакомьтесь с разными точками зрения о принципах эффективного делового общения. Проанализируйте точки зрения.

Точка зрения № 1

Несмотря на то, что во многих организациях могут существовать официальные (или неофициальные, связанные с ценностями и традициями корпоративной культуры) правила, регламентирующие отдельные стороны делового общения, важно, чтобы эти

правила соответствовали принципам эффективного делового общения. Таких принципов можно выделить как минимум шесть¹.

1. Принцип KISS (Keep It Short and Simple) — любая деловая (в том числе управленческая) информация должна быть как можно короче и проще, но, разумеется, не в ущерб содержанию. По возможности необходимо всячески внедрять и «продвигать» корпоративный стандарт краткости и простоты во всех коммуникативных ситуациях в организации, например, во время проведения разного рода планерок, летучек, совещаний и др.
2. Принцип «Show must go on» («Шоу должно продолжаться», цитата из одноименной песни) — бесперебойность работы организации обеспечивается тогда, когда обеспечивается бесперебойность деловых коммуникаций (и информационных потоков в целом). Все элементы коммуникативной системы организации (источники, каналы, способы отображения, носители информации и др.) должны быть легко дублируемыми и взаимозаменяемыми.
3. Принцип книжной полки — вся важная информация должна быть просто организована и легкодоступна. Использование этого принципа для оптимизации работы с информацией на «твердых» носителях очевидно, но несколько сложнее его использовать по отношению к устной информации. Возможными путями для реализации принципа здесь могут быть «диспетчерское решение» (когда все люди, обладающие важной и необходимой информацией, собираются в одно и то же время в одном и том же месте для обмена ею) и формализация устных коммуникаций (как в армии — устное сообщение должно соответствовать строгим «формулам», делающим это сообщение простым и удобным для понимания).
4. Принцип охоты за идеями — кроме формальных информационных потоков, в организации должны существовать способы обмена новыми идеями, сбора рацпредложений, выражения критики и т. п. Если у руководителя действительно есть желание серьезно усовершенствовать систему коммуникаций внутри организации, то это невозможно сделать без создания удобной среды для творческого неформального общения сотрудников. Важно, чтобы эта среда неформального общения имела реальные «выходы» на систему формальных коммуникаций, то есть чтобы предложенные где-нибудь в курилке ценные идеи были бы услышаны и могли бы получить реальное воплощение.
5. Принцип обратной связи — в организации должна существовать реальная возможность получения обратной связи, то есть на любое сообщение в случае необходимости легко должно быть получено ответное сообщение (или ответная реакция). Если говорить точнее, то коммуникации между любыми членами организации (независимо от их места в организационной иерархии) должны быть двусторонними. Этот принцип особенно актуален для многих организаций с авторитарным стилем управления, где существует единственное направление информационного потока сверху вниз. При этом обратная связь, то есть информационный поток снизу вверх, вовсе отсутствует.
6. Принцип примерки «чужой skóry» — сотрудники должны хорошо знать (а еще лучше — ощутить на практике) информационные потребности и способы работы с информацией в других подразделениях организации. «Примерку чужой skóry» можно реализовать с помощью обучения или делегирования, а еще лучше при внедрении системы

¹ см. Кричевский Р. Л. «Если Вы руководитель». Москва, 2008.

заместителей. «Примерка чужой шкуры» помогает выработать и согласовать наиболее удобные для заинтересованных сотрудников (подразделений) коммуникативные стандарты, в значительной мере повышающие эффективность делового общения в организации.

Точка зрения № 2

Умение вести себя с людьми надлежащим образом является важнейшим фактором, определяющим шансы добиться успеха в бизнесе, служебной или предпринимательской деятельности. Дейл Карнеги еще в 30-е гг. XX в. заметил, что успехи того или иного человека в его финансовых делах даже в технической сфере или инженерном деле процентов на пятнадцать зависят от его профессиональных знаний и процентов на восемьдесят пять — от его умения общаться с людьми. В этом контексте легко объяснимы попытки многих исследователей сформулировать и обосновать основные принципы этики делового общения или, как их чаще называют на Западе, заповеди *personal public relation* (весьма приблизительно можно перевести как *деловой этикет*). Джен Ягер в книге «Деловой этикет: как выжить и преуспеть в мире бизнеса» выделяет шесть основных принципов.

1. Пунктуальность (делайте все вовремя). Только поведение человека, делающего все вовремя, является нормативным. Опоздания мешают работе и являются признаком того, что на человека нельзя положиться. Принцип делать все вовремя распространяется на все служебные задания. Специалисты, изучающие организацию и распределение рабочего времени, рекомендуют прибавлять лишних 25 % к тому сроку, который, на ваш взгляд, требуется для выполнения порученной работы.
2. Конфиденциальность (не болтайте лишнего). Секреты учреждения, корпорации или конкретной сделки необходимо хранить так же бережно, как тайны личного характера. Нет также необходимости пересказывать кому-либо услышанное от сослуживца, руководителя или подчиненного об их служебной деятельности или личной жизни.
3. Любезность, доброжелательность и приветливость. В любой ситуации необходимо вести себя с клиентами, заказчиками, покупателями и сослуживцами вежливо, приветливо и доброжелательно. Это, однако, не означает необходимости дружить с каждым, с кем приходится общаться по долгу службы.
4. Внимание к окружающим (думайте о других, а не только о себе). Внимание к окружающим должно распространяться на сослуживцев, начальников и подчиненных. Уважайте мнение других, старайтесь понять, почему у них сложилась та или иная точка зрения. Всегда прислушивайтесь к критике и советам коллег, начальства и подчиненных. Когда кто-то ставит под сомнение качество вашей работы, покажите, что цените соображения и опыт других людей. Уверенность в себе не должна мешать вам быть скромным.
5. Внешний облик (одевайтесь как положено). Главный подход — вписаться в ваше окружение по службе, а внутри этого окружения — в контингент работников вашего уровня. Необходимо выглядеть самым лучшим образом, то есть одеваться аккуратно, со вкусом, выбирая цветовую гамму к лицу. Важное значение имеют тщательно подобранные аксессуары.
6. Грамотность (говорите и пишите хорошим языком). Внутренние документы или письма, направляемые за пределы учреждения, должны быть изложены хорошим языком, а все имена собственные переданы без ошибок. Нельзя употреблять бранных слов. Даже если вы всего лишь приводите слова другого человека, окружающими они будут восприняты как часть вашего собственного лексикона.

Вопросы и задания

Выберите из списка принципы эффективного делового общения, описанные в тексте:

- 1) стандарт краткости и простоты в разных коммуникативных ситуациях;
- 2) бесперебойность деловых коммуникаций;
- 3) пунктуальность сотрудников;
- 4) возможность обмена новыми идеями между коллегами;
- 5) условия для творческого неформального общения сотрудников;
- 6) вежливость, доброжелательность и приветливость сотрудников;
- 7) соблюдение делового этикета;
- 8) ответственность сотрудников за результат работы;
- 9) грамотная речь сотрудников;
- 10) аккуратный внешний вид сотрудников;
- 11) дискретность деловых коммуникаций;
- 12) меркантильность подчиненных;
- 13) экстравагантный внешний вид начальника;
- 14) условия для протекции сотрудников.

Тема 4. Учебное задание 2

Ознакомьтесь с национальными особенностями деловой коммуникации в разных странах и проанализируйте их.

Англия

Соблюдение формальностей — это стиль жизни англичан. Британцы в первую очередь обращают внимание на детали.

- Стандартным приветствием в Англии является простое рукопожатие (как для мужчин, так и для женщин). Очень важной считается процедура знакомства: если представляют своего коллегу лицу, занимающему более высокий пост, первым полагается назвать имя высокопоставленного лица.
- Англичане часто избегают открытого взгляда глаза в глаза.
- Не стоит подходить слишком близко либо дотрагиваться до англичан — для них очень важно личное пространство.
- В современном английском этикете неофициального характера легкое постукивание по своему носу означает, что что-то должно остаться в секрете.
- Шотландцев и ирландцев называйте «британцами», но ни в коем случае — «англичанами».
- В перерыве деловых переговоров часто предлагают стандартный английский завтрак или обед; учтите, что до подачи кофе следует воздерживаться от курения.
- Общаясь с англичанами, надо избегать разговоров о жизни королевской семьи и обстановке в Северной Ирландии.
- Деловыми подарками для англичан могут быть календари, записные книжки, зажигалки, фирменные авторучки, а на Рождество — алкогольные напитки. Любые другие подарки будут расценены как давление на партнера.

Япония

- Японцы пунктуальны: чтобы не опоздать, японец может появиться даже раньше оговоренного времени. Вся практика делового общения в этой стране основана на предельной точности.

- Японцы склонны к построению деловых отношений на личной основе. Это может выражаться по-разному. Например, в длительных предварительных обсуждениях, во время которых возможно множество вопросов к собеседнику, мало относящихся к сути дела. В ходе таких разговоров японцы стараются установить личный контакт с партнером и тем самым как бы заручиться его согласием на дальнейшую работу.
- Бизнес-переговорам обязательно предшествует обмен визитными карточками. Принимать их необходимо обеими руками, а прежде чем спрятать, нужно внимательно их изучить — этим вы проявите свое уважение.
- Если японский партнер во время переговоров кивает головой в то время, когда вы говорите, не следует расценивать это как знак согласия. Этот жест означает, что вас слушают и побуждают говорить дальше.
- Подарку в Японии придается очень большое значение. Причем упаковка подарка зачастую более важна, чем сам подарок. Подарок нужно принимать обеими руками.

США

- Для американцев характерен хороший настрой, энергичность, внешнее проявление дружелюбия и открытости. Они любят не слишком официальную атмосферу при деловых встречах, относительно быстро переходят на обращение по имени. Ценят и хорошо реагируют на шутки.
- Рукопожатие при приветствии или прощании длится 3—5 секунд; необходимо помнить, что смотреть в глаза в этот момент означает показать свою заинтересованность, искренность и доверие. Обязательно улыбайтесь.
- Американцы известны очень высоким темпом ведения дел — они не откладывают на завтра то, что можно сделать сегодня. На переговорах от жителей США можно услышать нечто вроде: «Чего же мы ждем?», «Поторопитесь с решением».
- Во время переговоров обращайтесь внимание на цели ваших партнеров. Если вы можете оказать хоть какую-то помощь в достижении этих целей, то вы их точно заинтересуете. Предложения должны быть конкретными и четкими.
- Американцы, разговаривая, могут положить ногу на соседний стул или положить ногу на ногу так, что ботинок одной ноги оказывается на коленке другой. В американской культуре это считается допустимым, но в других странах часто вызывает раздражение.
- Основное правило общения — быть открытым и дружелюбным: это ценится представителями всех стран.

Франция

- Деловая встреча во Франции будет проходить скорее за обедом, чем за ужином. О бизнесе заговорят не раньше, чем подадут кофе или десерт, а до этого можно поговорить о культуре или искусстве, вполне допустимо касаться проблем личной жизни.
- Французские деловые люди готовятся к предстоящим переговорам основательно, досконально изучают все аспекты и поступающие предложения. При этом они очень осторожны.
- Многие французы говорят по-английски, но если вы выучите несколько французских фраз и произнесете их, то это будет неплохим вкладом в развитие ваших отношений.
- Французы ориентируются на поддержание отношений в будущем, поэтому будут стараться «подружиться» со своими партнерами.
- При общении с ними возможны ситуации, когда противоположные точки зрения могут явиться предметом спора. В этом случае вы заслужите большое уважение, если сумеете достойно оперировать фактами и отстаивать свою позицию.

Россия

- Русские характеризуются естественной непринужденностью.
- От других народов русских отличают сострадательность, великодушие, открытость и простота.
- Русские очень общительны, доброжелательны и терпеливы, особенно по отношению к другим нациям.
- Многие умеют работать быстро, даже лихорадочно быстро.
- Со всеми стремятся поддерживать долговременные связи.
- Приходят на помощь при первой необходимости.

Вопросы и задания

Выберите из списка национальные особенности деловой коммуникации в разных странах:

- 1) доброжелательность;
- 2) долготерпение;
- 3) толерантность;
- 4) соблюдение субординации;
- 5) долговременные деловые отношения;
- 6) быстрое принятие решений;
- 7) коммуникабельность;
- 8) пунктуальность;
- 9) открытость в общении;
- 10) сострадательность;
- 11) застенчивость;
- 12) нервозность;
- 13) остракизм;
- 14) религиозность.

Тема 5. Учебное задание 3

Ознакомьтесь с текстом и выполните задания после него.

Текст

Типичными формами устного делового общения являются беседа, переговоры, презентация, телефонный разговор. Деловая беседа — наиболее распространенная форма делового общения. Характер деловой беседы, особенности ее протекания, тематика обсуждаемых вопросов определяются профессиональными и деловыми интересами ее участников, типом отношений между собеседниками — субординационными («по вертикали») и партнерскими («по горизонтали»). По цели и методам ведения принято выделять следующие виды деловых бесед: собеседование при приеме на работу, собеседование при увольнении с работы, проблемные и дисциплинарные беседы.

Проблемные и дисциплинарные беседы вызваны возникновением нарушений в деятельности сотрудника, необходимостью критической оценки его работы.

В процессе подготовки проблемной беседы руководитель должен заранее ответить на вопросы о смысле, цели, результатах, средствах и методах решения проблемы, стремясь

к тому, чтобы в ходе беседы подчиненный принял позицию руководства. При этом существуют некоторые правила, позволяющие избежать беседы в форме «разноса» и провести ее с конструктивными результатами. Для этого следует:

- получить необходимые сведения о сотруднике и его работе;
- построить беседу, соблюдая следующую очередность в сообщении информации: сообщение, содержащее положительную информацию о деятельности сотрудника; сообщение критического характера; сообщение похвально-поучительного характера;
- быть конкретным и избегать неясностей (оборотов типа «Вы сделали не то, что нужно», «Вы не выполнили задания» и т. п.);
- критиковать выполнение задания, а не личность.

Соблюдение этих правил помогает создать положительный эмоциональный фон, который позволит провести неприятную часть разговора конструктивно, не вызывая ненужной враждебности со стороны сотрудника, не заставляя его занимать оборонительную позицию.

При проведении проблемной беседы важно выяснить: не является ли возникшая проблема средством привлечения внимания (например, провинившийся работник скрывает свое недовольство по какой-либо причине и не хочет или не может открыто сказать об этом)? Не вызваны ли нарушения личными затруднениями (семейным конфликтом, болезнью близких и т. п.)? Не связана ли проблема с недостатком квалификации, помощи, обучения? Может быть, работнику нужна большая самостоятельность? Или дело в том, что он не приемлет стиль руководства? Ответы на эти вопросы позволят принять решение о возможных организационных мероприятиях, которые необходимо осуществить в конкретный срок и которые могут стать программой по преодолению возникшей ситуации.

Если в ходе проблемной беседы предполагается сообщить работнику о мерах дисциплинарного характера, решение о наказании следует выражать просто, четко, делая акцент на понимании случившегося и правильной его оценке. Например, «Как вы понимаете, наказания вам не избежать. Конечно, речь не идет о понижении в разряде, вы этого не заслужили, однако выговора вам не избежать. Понимаю, что это наказание радости вам не прибавит, но как бы ни были высоки ваши другие заслуги, иначе поступить не могу».

Критика со стороны руководителя имеет значительный мотивационный эффект. Умение делать замечания, показывающие, что и как следует изменить в работе, при этом отмечать, что уже сейчас делается этим работником хорошо, является показателем высокой коммуникативной компетентности руководителя.

Вопросы и задания

1. Проанализируйте ситуации.

Ситуация 1

Продавец-консультант А. А. Иванова работает в парфюмерном магазине один год. За время работы ей удалось в достаточной мере освоить ассортимент, установить доброжелательные отношения с коллективом. По характеру она спокойная, уравновешенная. К работе относится ответственно, проявляет желание работать в магазине. С большим увлечением занимается расстановкой продукции в торговом зале, поддерживает чистоту и порядок в нем. Однако в общении с покупателями инициативы не проявляет. Реагирует на вопросы, просьбы о помощи в выборе парфюмерной продукции, но старается свести это общение к минимуму. Потенциальные покупатели часто остаются без внимания продавца-консультанта и уходят.

Определите, с чем будет связано проведение дисциплинарной беседы с сотрудником:

- невыполнение должностных обязанностей;
- опоздание на рабочее место;
- неявка на рабочее место;
- неопрятный внешний вид;
- недоброжелательность.

Ситуация 2

Продавец-консультант Н. Н. Васильев работает в автосалоне давно. Прекрасно разбирается в ассортименте, активен в общении с покупателями. Очень часто в беседе с потенциальными покупателями занимает позицию «опытного советчика». Имеет свое представление о том, какие автомобили предпочтительны для женщин или мужчин, настаивает на своем мнении, оценивает выбор покупателя.

Определите, с чем будет связано проведение дисциплинарной беседы:

- превышение полномочий;
- опоздание на рабочее место;
- неопрятный внешний вид;
- невнимательность;
- агрессивность.

Ситуация 3

Менеджер по персоналу М. М. Петрова, 25 лет. В компании, имеющей дресс-код, на испытательном сроке. Девушка заинтересована в получении опыта работы, коммуникабельна, инициативна, вежлива, обладает грамотной речью, приятной внешностью. Предпочитает одеваться в молодежном стиле (яркий цвет одежды, открытые части тела), объясняя это тем, что не имеет средств на обновление гардероба, ссылаясь на невысокую зарплату.

Определите, с чем будет связано проведение дисциплинарной беседы:

- нарушение требований к внешнему виду;
- несоблюдение делового этикета;
- несвоевременное выполнение задания;
- опоздание на рабочее место;
- недоброжелательность.

2. Определите правила, которые нужно соблюдать при ведении дисциплинарных бесед. Выберите три возможных ответа:

- сочувственная мимика;
- анализ необходимой информации по ситуации;
- предоставление возможности сотруднику самому объяснить причину своего поведения;
- амигошонский стиль;
- положительный эмоциональный фон;
- недоброжелательный тон;
- высокомерное поведение.

Контрольные задания

Ознакомьтесь с текстом и выполните задания после него.

Текст

При всем многообразии форм делового общения деловая беседа является наиболее распространенной (подробнее см. тему 5).

Считают, что одним из часто применяемых видов деловых бесед является собеседование при приеме на работу. Подобная беседа носит характер «приемного интервью», основная цель которого оценить деловые качества поступающего на работу. В сущности, оно сводится к нескольким базовым вопросам и соответствующим ответам на них. Форма вопросов может варьироваться, но их содержание направлено на получение информации, которую можно сгруппировать в следующие блоки:

- что представляет собой человек, обратившийся с заявлением о приеме на работу;
- почему он ищет работу;
- каковы его сильные и слабые стороны;
- каковы его взгляды на эффективное руководство (иначе говоря, его представление о хорошем начальнике);
- что он считает наиболее весомыми своими достижениями;
- на какую зарплату он рассчитывает.

В свою очередь, от соискателя также ожидают вопросов. По ним судят о таких его личностных качествах, как самообладание, целеустремленность, коммуникабельность и др. Поступающим на работу рекомендуется выяснить следующее:

- является ли рабочее место новым или вакантным;
- почему возникла необходимость кадрового обновления;
- причины увольнения или перехода на другую работу предшественника;
- кто принимает решение о назначении на должность;
- как будет выглядеть рабочий день;
- в чем конкретно будут заключаться обязанности;
- как и кем будет оцениваться работа;
- каковы возможности для обучения, роста, продвижения.

Вопросы и задания

1. Установите правильную последовательность этапов организации собеседования:
 - начало беседы;
 - информирование;
 - аргументирование выдвигаемых положений, принятие решения;
 - завершение беседы.
2. Выберите из списка вопросы работодателя к соискателю при собеседовании.
 - 1) В чем ваши преимущества перед другими кандидатами?
 - 2) Почему вы считаете себя достойным занять эту должность?
 - 3) Почему вы хотите работать в нашей компании?
 - 4) Почему вы ушли с предыдущей работы?
 - 5) Если вы получите эту работу, какими будут ваши первые шаги?
 - 6) На какую зарплату вы рассчитываете?

- 7) Каковы ваши сильные и слабые стороны?
- 8) Какие программы обучения и подготовки наша компания вам предоставит?
- 9) Какие в нашей компании имеются возможности для вашего профессионального роста?
- 10) Каковы перспективы нашей компании?
- 11) Каковы планы нашей компании на следующий год?
- 12) Как будет выглядеть распорядок вашего рабочего дня?
- 13) С какими подразделениями вам придется взаимодействовать?

3. Выберите из списка вопросы соискателя к работодателю при собеседовании.

- 1) Каков распорядок моего рабочего дня?
- 2) Кому непосредственно я буду подчиняться?
- 3) Какие программы обучения и подготовки предоставляются?
- 4) Какие имеются возможности для профессионального роста?
- 5) Каковы перспективы компании?
- 6) Каковы мои обязанности?
- 7) С какими подразделениями я буду взаимодействовать?
- 8) На какой должности вы видите меня через пару или пять лет?
- 9) Почему вы хотите принять меня на работу в вашу компанию?
- 10) В чем мои преимущества перед другими кандидатами?
- 11) Почему вы хотите пригласить меня на работу?
- 12) Не помешают ли дополнительные рабочие нагрузки моей личной жизни?
- 13) Если я получу эту работу, какими будут мои первые шаги?

РАЗДЕЛ 3. ОРАТОРСКАЯ РЕЧЬ

ТЕМА 7. ПУБЛИЧНАЯ РЕЧЬ В ДЕЛОВОМ ОБЩЕНИИ

Особенности публичной речи

Публичное выступление так же, как и диалог, основано на говорении как виде речевой деятельности.

Говорение — вид речевой деятельности, посредством которого осуществляется устное общение. Речевое высказывание в процессе говорения создается на глазах слушателей, оно творится в момент его произнесения. В связи с этим нужно отличать говоримую речь (говорение) от озвученной письменной речи (чтение стихов наизусть, заранее написанного текста и т. п.).

В процессе говорения мысль опережает слово, что порождает определенные трудности, связанные с оформлением высказывания, с подбором необходимых языковых средств для передачи основной мысли создаваемого текста.

Этим объясняются и другие особенности говорения:

- оговорки, пропуски слов, что свидетельствует о корректировке высказывания в процессе его создания;
- различного рода перебивы, срывы начатой конструкции, замена ее другой;

- наличие пауз, которые выполняют различные функции (пауза колебания, поисков более точного средства; пауза обдумывания, поиска вариантов выражения мысли; пауза подчеркнутого молчания, регулирующая поведение партнеров по общению и т. д.).

Создавая устное высказывание в процессе говорения, автор автоматически использует речевые клише, типовые конструкции в сочетании с нестандартными оборотами, соответствующими эмоциональному состоянию говорящего и слушателей, характеру ситуации общения, особенностям аудитории. Особое внимание в процессе говорения уделяется таким компонентам оформления высказывания, как голос, темп, громкость и тональность речи. Их выбор зависит от целей общения и его характера.

В говорении сочетаются две противоположные тенденции использования речевых средств — лаконизм (экономия) и избыточность. Лаконизм проявляется в пропуске слов, которые легко восстанавливаются в ситуации общения, в выражении содержания невербальными средствами, в использовании иллюстративного материала, в свертывании высказывания, смысл которого очевиден. Избыточность речи обусловлена стремлением автора активизировать внимание слушателей, сфокусировать его на теме и проблеме высказывания. С этой целью используются различные приемы диалогизации (апелляция к знаниям, чувствам, интересам слушателей, риторические вопросы и т. д.)

Говорение реализуется как в форме **диалога** (беседа, разговор, интервью), так и в форме **монолога** (лекция, ораторское выступление и т. д.). Однако в любом случае диалогичность, стремление разговаривать со слушателями, вовлечение собеседников в процесс размышления являются признаками и условиями хорошего говорения, даже если оно реализуется в форме монолога.

Понятие риторики

Публичная, или ораторская, речь — открытое выступление на общественно значимую тему, адресованное достаточно большому или очень большому количеству людей. Американский ритор Пол Сопер писал: «Одних ораторов можно слушать, вторых — нельзя слушать, третьих — нельзя не слушать».

Стать оратором, которого «нельзя не слушать», поможет **риторика** — наука о законах подготовки и произнесения публичной речи. Это не просто наука о способах передачи информации посредством устного слова, а свод законов и правил, обеспечивающих действенность, убедительность речи, превращающих слово в средство влияния на других людей. Часто о риторике говорят как об ораторском искусстве. В античности риторику называли «царицей всех искусств» и связывали с поэзией и сценическим мастерством.

Одно из первых дошедших до нас определений риторики принадлежит Аристотелю, который считал, что «риторика — способность находить возможные способы убеждения относительно каждого данного предмета». Именно такого взгляда на риторику как науку об эффективности речевого воздействия на аудиторию придерживались и другие греческие риторы и учителя риторики: Исократ, Платон, Демосфен, Гесиод, Горгий Леонтинский и др.

В римской же традиции понимание риторики стало иным в связи с историческими и идеологическими изменениями в жизни общества. В период республиканского, демократического Рима в нем господствовали эллинистские традиции, нашедшие отражение в трактатах Цицерона. Во времена Римской империи риторика стала пониматься не как наука об умении говорить *убедительно*, а как искусство говорить *красиво*. Наиболее полно

такое понимание риторики нашло отражение в трудах Марка Фабия Квинтилиана, написавшего «Двенадцать книг риторических наставлений», которые посвящены теории тропов и фигур речи и мысли. В дальнейшем на первом месте в риторике выходит интерес к *форме* (стилю). Функция «говорить убедительно» заменяется другой функцией — «говорить красиво» (риторика — наука о прекрасной речи).

Таким образом, риторика получила статус и науки, и искусства, который она сохранила и по сей день. Риторика как *наука* изучает законы и правила речевого поведения в разных жанрах и условиях коммуникации. Риторика как *искусство* предполагает мастерство публичного выступления, совершенствование речевых способностей человека.

Во второй половине XX в. после довольно длительного забвения риторики переживает подъем, возникает **неориторика**. Термин подчеркивает преемственность неориторики по отношению к риторике классической, античной. Античная риторика представляет собой целостную программу создания текста — от замысла до воплощения. Неориторика сосредоточена на самом тексте, на тех его качествах, которые позволяют слову становиться мощным инструментом воздействия на разум и чувства человека, а следовательно, — средством влияния на его мировоззрение и поведение. В узком смысле слова термин «неориторика» употребляют как синоним теории аргументации. В неориторике можно выделить два аспекта: риторику текста, изучающую его коммуникативные качества, и риторику межличностного общения, включающую основные принципы использования речевых средств в общении.

Неориторика опирается на достижения многих современных наук, например, теории коммуникации, психолингвистики, теории текста, стилистики и др.

Современная риторика чаще рассматривается как наука, иногда ее определяют как «теорию убеждающей коммуникации». Оба подхода оправданы: человеческое мышление осуществляется в двух формах — логической и образной, им соответствуют две разновидности познания — наука и искусство, и они взаимно дополняют друг друга.

Ораторская речь являет собой эмоционально-интеллектуальную разновидность творчества, воплощаемого посредством живого слова: она одновременно воздействует на сознание и на чувства человека.

В античности на риторику смотрели и как на часть системы знаний, как на способ познания и толкования сложных явлений жизни. Она опирается на категориальную систему других наук, использует их данные. Цицерон полагал, что стать выдающимся оратором может лишь тот, кто владеет тремя необходимыми для красноречия данными: талантом, навыком и знаниями, причем последние важнее всего, так как первенство принадлежит образованному оратору. Литературу, историю, право и философию (особенно такие ее части, как логика и этика) Цицерон считал наиболее важными предметами в образовании оратора.

Развитие эта мысль получила в работах М. В. Ломоносова. Он определяет красноречие как «искусство о всякой данной материи красно говорить и тем преклонять других к своему об оной мнению». Чтобы достичь мастерства, указывает далее Ломоносов, «требуется пять средств: первое — природные дарования, второе — наука, третье — подражание авторов, четвертое — упражнение в сочинении, пятое — знание других наук». Под «наукой» понимается собственно риторика, а среди других наук — в первую очередь история и этика.

Эти требования и сегодня не утратили актуальности, список необходимых оратору наук пополняется с учетом современных представлений о риторике и ее месте в системе духовных ценностей, а также с учетом появления новых дисциплин.

Риторический канон

Представить, какие науки сегодня тесно связаны с теорией и практикой красноречия, можно, обратившись к **классическому риторическому канону**, выработанному в античный период. Канон — это образец, правило, положение какого-нибудь направления, учения. Риторический канон предлагает правила подготовки и произнесения публичной речи.

Согласно ему, для осуществления публичного выступления оратору надо пройти пять этапов:

I этап — **инвención** (лат. *invention* — изобретение) — изобретение содержания речи. На этом этапе говорящий создает общий план будущей речи, обдумывает предмет, о котором собирается говорить, вычленяет самое важное в теме, осуществляет подбор и систематизацию материалов, выбирает способы доказательств.

II этап — **диспозición** (лат. *dispositio* — расположение) — расположение изобретенного в надлежащем порядке. На этом этапе говорящий думает о порядке расположения мыслей в речи, составляет план, размышляет о том, как начать и закончить речь.

III этап — **элокución** (лат. *elocutio* — словесное выражение) — речевое оформление текста. Этап, на котором оратор выражает собственные мысли в конкретных словах и предложениях, заботится не только о правильности, ясности, уместности использования языковых единиц, но и украшает речь, используя фигуры и тропы.

IV этап — **мемóрио** (лат. *memorio* — запоминание) — запоминание речи и подготовка к ее произнесению. На этом этапе оратор редактирует текст, подбирает приемы, способствующие лучшему восприятию речи слушателями, запоминает текст и репетирует.

V этап — **áкцио** (лат. *actio* — произнесение) — произнесение речи. На последнем этапе оратор вступает в контакт со слушателями, применяет все подготовленные приемы, разыгрывает речь, используя мимику, жесты, телодвижения, устанавливает и поддерживает контакт со слушателями.

Классический канон, таким образом, ограничивает работу оратора над речью ее произнесением. В работах современных авторов классическая модель конкретизируется и модернизируется добавлением посткоммуникативного этапа — **этапа рефлексии**.

На этапе подготовки главенствующая роль принадлежит логике, ее законы необходимы для разработки плана выступления, отбора материала, формулирования тезиса, обеспечения доказательности и аргументированности речи.

Словесное оформление выступления требует от оратора хорошей лингвистической подготовки, которая настоящую проверку проходит в момент выступления, когда неизбежна импровизация. Хорошо продуманная, тщательно отредактированная, стилистически выверенная речь должна быть хорошо произнесена, а это требует знания техники речи, которая опирается на данные физиологии, акустики, фонетики, орфоэпии, сценической речи.

При подготовке речи и во время ее произнесения оратор ориентируется на определенную аудиторию, что требует знаний в области общей и социальной психологии, педагогики, методики публичного выступления.

Поведение оратора на трибуне, форма его контакта со слушателями, методы управления их вниманием, а также пути выхода из непредвиденных ситуаций, возникающих в ходе общения с аудиторией, определяются и знанием психологии, и владением этикой, и уровнем культуры общения оратора.

Совершенно очевидно, что и классическая риторика, и неориторика рассматривают ораторскую речь как сложный процесс, продукт длительного труда. И короткая речь на митинге, и выступление перед трудовым коллективом, и вузовская лекция требуют от оратора работы по одной и той же схеме.

Понятие риторического идеала

Риторический идеал — это представление о том, какой должна быть идеальная речь и как должен вести себя оратор, произносящий речь. Представление это существует у каждого человека и определяется целым рядом факторов: историческим временем, национальной и социальной принадлежностью человека и т. п. Таким образом, риторический идеал исторически изменчив, национален, социален и специфичен, поскольку связан с культурой как отдельного человека, так и с культурой малых и больших социальных групп.

Риторический идеал представляет собой гармоничное сочетание трех составляющих:

- **универсальной** — это каноны риторики: учение о теме, ее выборе, о построении речи, типах речи, нормах речи, дикции, интонации;
- **национальной**, включающей национальный язык и его особенности, этнические традиции, исторические факты др.;
- **специфичной**, отражающей позицию отдельных лиц или каких-либо общностей людей, в результате чего формируется устойчивая система точек зрения, этическая система общения.

Античный риторический идеал (классическая риторика) был создан Сократом, Платоном, Аристотелем, Цицероном и основан на традициях гомеровской Греции. Античный риторический идеал ориентирован на следующие цели:

- служение добру и счастью людей. В этом состояла цель риторики. Счастье, по Аристотелю, заключается в благополучии, окрыленном добродетелью, уважении людей;
- защита истины — превыше всего. К счастью непреходящему приводит стремление к истине. Поэтому защита истины является одной из важнейших основ греческого риторического идеала;
- идеальный оратор должен был быть личностью высокообразованной, активной, обладающей быстрыми реакциями, коммуникабельной;
- уважение к слушателю — неотъемлемая черта облика оратора. Необходимо всегда помнить, что речь — двусторонний процесс. «Слово принадлежит наполовину тому, кто говорит, и наполовину тому, кто слушает» (Мишель де Монтень). И хотя ведущая роль остается за говорящим, он не должен забывать о формирующей роли аудитории, о том, что цель его находится именно в аудитории, поэтому оратору важно проявлять особое уважение и внимание к слушателям.

Русский риторический идеал сформировался на традициях русской культуры и русской литературы. В русской словесной традиции слову отводится чрезвычайно важная роль: оно формирует мировоззрение человека, воспитывает его душу, несет мир и единение людям. Дар слова рассматривается как награда, данная человеку свыше, но требующая от него ответственного служения людям.

В русской словесной традиции представление о прекрасной речи связано с такими чертами, как краткость, содержательность, красота, напевность. И напротив, осуждается речь громкая и крикливая, грубая, содержащая клевету, многословная.

Русский риторический идеал включает в себя не только представление о прекрасной речи, о талантливом исполнителе, но и представление о хорошем слушателе. Оно, в частности, нашло отражение в пословицах и поговорках: «Слово — серебро, а молчание — золото», «Мало говори — больше услышишь» и др. Древнерусский риторический идеал опирается на произведения литературы, прежде всего на «Слово о полку Игореве». Оратор — лицо известное, облеченное доверием народа: церковный деятель, князь, воевода. Эмоции управляются верой, убеждениями. Язык — яркий, цветистый, не лишенный оригинальности. Оратор выражает твердую позицию — он отстаивает истину.

Вопросы и задания

1. Цицерон считал, что наиболее важными предметами в образовании оратора являются:
 - литература;
 - история;
 - право;
 - философия;
 - астрономия;
 - физика.
2. М. В. Ломоносов указывал, что для достижения ораторского мастерства требуется пять средств:
 - природные дарования;
 - наука;
 - подражание авторов;
 - упражнение в сочинении;
 - знание других наук;
 - благополучие.
3. Какой этап осуществления публичного выступления предназначен для того, чтобы говорящий подумал о порядке расположения мыслей в речи, составил план, поразмышлял о том, как начать и закончить речь?
 - диспозиция;
 - элокуция;
 - меморию;
 - акцию.

Типология публичных выступлений

Публичная речь реализуется в разных сферах жизни и в разных жанрах. В современной практике публичного общения выделяют следующие **роды красноречия**:

- **социально-политическое**, которое представлено докладами на социально-политические и политико-экономические темы, политическими, митинговыми и агитаторскими речами;
- **академическое красноречие** — вузовская лекция, научный доклад, научное сообщение, научный обзор;
- **судебное** — речи участников судебного процесса;
- **социально-бытовое** — юбилейная речь, застольная речь (тост), поминальная речь;
- **богословско-церковное** — проповедь, речь на соборе.

Эта классификация разработана в конце 70-х гг., однако развитие риторики как науки и изменения, происходящие в обществе, позволяют ее расширить. Выделяют также:

- **военное красноречие** (инструктивная, воодушевляющая речь, речь-приказ);
- **дипломатическое** (выступление дипломатов с заявлениями, нотами, речь дипломатов во время переговоров и т. д.);
- **деловое** (речь во время деловых переговоров, телефонные переговоры);
- **диалогическое красноречие** (спор, дискуссия, пресс-конференция, теледебаты);
- **торговое красноречие** (реклама, речь на презентации).

Классификация жанров может осуществляться и по другому основанию — по цели говорящего.

Классификация жанров речи по цели говорящего

Цель говорящего	Тип речи	Примеры жанров
1. Сообщить, информировать	Информирующая	Учебная лекция, новостные программы, информация о прогнозе погоды и др.
2. Высказать и доказать свое мнение	Аргументирующая	Все виды спора, теледебаты, полемика

3. Побудить к действию	Агитирующая	Митинговая речь
4. Обсудить проблему с помощью партнера, найти истину	Эвристическая (от греч. <i>нахожу</i>) Основанный на беседах, диалогах метод обучения, стимулирующий у учеников развитие активного поиска решений	Деловые переговоры
5. Выразить свое видение добра и зла, прекрасного и постыдного	Эпидейктическая (доказательная) Торжественный, имеющий своей целью создание у адресата определенного эмоционального состояния, настроения — чувства удовольствия, наслаждения, гордости, радости или, напротив, чувства гнева, презрения, негодования	Публицистическое выступление на актуальную социальную или политическую тему, проповедь, воспитательная речь, обращенная к ребенку, поздравительная речь, тост и др.
6. Доставить удовольствие самому себе и партнеру самим процессом речевого акта как таковым	Гедонистическая (от. греч. <i>наслаждение</i>) Вызывающий чувство удовольствия, отвечающий эстетическим потребностям адресата	Дружеская беседа, разговор

В любой реальной речи редко осуществляется только одна из указанных целей. Даже в информативном, на первый взгляд, сообщении содержится оценка говорящего, его эмоции по отношению к высказываемому.

Вопросы и задания

- Какие роды красноречия в современной практике публичного общения не выделяют?
 - финансовое;
 - торговое;
 - рекламное;
 - социально-бытовое;
 - диалогическое;
 - богословско-церковное.
- Какой тип речи применяется, если цель говорящего — обсудить проблему с помощью партнера, найти истину:
 - информирующая;
 - эвристическая;
 - аргументирующая;
 - эпидейктическая;
 - агитирующая;
 - гедонистическая.
- Установите соответствие между типом речи и жанром.

Тип речи	Примеры жанров
информирующая	новостная программа
аргументирующая	теледебаты
агитирующая	митинговая речь
эвристическая	деловые переговоры
эпидейктическая	поздравительная речь
гедонистическая	дружеская беседа

ТЕМА 8. ОСНОВЫ ОРАТОРСКОГО МАСТЕРСТВА

Оратор и аудитория

Своеобразие речи состоит в том, что она воздействует не только словами, использованными при построении фразы, но и тем, как эти слова сказаны, то есть формой и способом произнесения этих слов (интонацией, силой, высотой звука и так далее). Одно и то же слово *нет* может быть сказано «колюче», категорически, нерешительно, равнодушно или повелительно. В каждом случае это действует по-разному.

Для большинства людей выступление перед аудиторией кажется нелегкой задачей. Что является причиной неожиданных изменений в человеке, как только ему поручают подготовиться к выступлению, изложить свои мысли? Почему нормальный интеллигентный человек вдруг становится невыразительным, начинает запинаться, а жесты становятся беспорядочными? Почему он часто теряет нить своего рассуждения и отказывается именно от тех утверждений, в которых больше всего уверен? Почему возникает страх перед публичным выступлением?

Дело в том, что меняется ваша роль. В повседневной жизни, участвуя в разговоре, мы редко испытываем давление со стороны окружающих и обстановки, в которой протекает разговор. Мы знаем, что в любую секунду, едва оказавшись в затруднительном положении, мы можем отказаться от продолжения разговора и снять с себя какую-либо ответственность за него. Такие условия общения позволяют нам сконцентрироваться на главном — передаче своих мыслей и информации.

Иначе обстоит дело, когда мы предстаем перед аудиторией, независимо от ее размеров и степени доброжелательности по отношению к нам. Стоя перед слушателями, оратор знает, что ему предстоит до конца произнести свою речь. Он осознает, что на него одного целиком возложена ответственность за встречу с аудиторией. Оказавшись без привычной поддержки, человек испытывает ряд трудностей. В частном разговоре можно остановиться в любой момент, и всегда найдется кто-нибудь, кто его продолжит. Во время такого разговора по лицам и высказываниям ваших собеседников вы сразу же можете оценить эффект, который произвели ваши слова. Обращаясь же с речью к публике, в ответ вы получаете только молчание. Никто, как правило, не реагирует открыто на ваши высказывания. Никто не отвечает на ваши вопросы, никто не выражает ни поддержки, ни осуждения.

На коммуникативном этапе, этапе произнесения речи, оратор должен проявить себя и как психолог, и как педагог, и как тонкий политик, и как просто смелый человек, который не пасует перед трудностями, возникшими на его пути.

Параметры аудитории. Стратегия и тактика поведения оратора зависят от того, перед кем он выступает, каков состав слушателей.

Аудиторию можно охарактеризовать по разным основаниям:

- по возрасту;
- по социальному уровню;
- по гендерному (половому) признаку;
- по уровню образования;
- по уровню образованности;
- по убеждениям;
- по профессиональному признаку;
- по национальному признаку и др.

Остановимся на некоторых типах аудиторий, особенностях восприятия ими публичных выступлений и правилах эффективного риторического воздействия на них.

Однородная/разнородная аудитория. Легче всего выступать в однородной аудитории: восприятие слушателей, их реакция схожи. В разнородной аудитории ориентироваться следует на наименее подготовленных слушателей; сложный материал подавать так, чтобы он провоцировал вопрос от слушателей подготовленных и, таким образом, давал возможность достаточно полно и глубоко ответить на него; на обсуждение в таких аудиториях целесообразно выносить только один вопрос.

Большая/небольшая аудитория. Какая аудитория считается большой? Сегодня, когда средства массовой коммуникации позволяют общаться с многотысячной аудиторией, количество слушателей в 30 или 40 человек уже не кажется большим. Величина аудитории в данном случае определяется психологическими механизмами ответной реакции определенного количества людей. Большая аудитория — это та, в которой реакции максимально схожи. Психологи считают, что это группа более 30 человек.

Перед большой аудиторией легче выступать, чем перед небольшой. Это объясняется следующими причинами:

- в большой аудитории сильнее действует закон заражения, поэтому индивидуальность людей, ее составляющих, размывается — массой управлять легче, чем отдельными личностями;
- в большой аудитории снижается средний интеллектуальный уровень, на который и следует ориентироваться;
- большое количество людей, как правило, создает атмосферу приподнятости, вследствие чего аудитория обычно настроена не критически, что облегчает воздействие на нее.

Выступая перед большой аудиторией, целесообразно придерживаться следующих правил:

- говорить кратко и просто;
- эмоциональность речи должна быть достаточно высокой;
- материал лучше подавать индуктивным методом;
- предлагать для обсуждения одну проблему и аргументировать одну точку зрения.

Небольшая аудитория тоже характеризуется рядом особенностей. Индивидуальность людей в ней проявляется отчетливо, их восприятие речи оратора различно, и эти обстоятельства формируют критичный настрой слушателей. Выступая в небольшой аудитории, лучше избрать стиль общения близкий к разговорному, а форма взаимодействия со слушателями должна напоминать беседу: нужно задавать слушателям вопросы, давать им возможность высказываться. Аргументация позиции оратора должна быть подробной, хорошо проиллюстрированной.

Женская/мужская аудитория. Выступая перед чисто мужской или чисто женской аудиторией, надо учитывать гендерные особенности восприятия и реакции.

У женщин преобладает конкретно-образное мышление, они предпочитают воспринимать информацию на слух, уровень эмоциональности в такой аудитории достаточно высок. Отсюда проистекают и особенности построения и произнесения речи: рекомендуется излагать материал, используя индуктивный метод, максимально использовать наглядный иллюстративный материал, приводить примеры из повседневной жизни, повысить эмоциональность речи.

У мужчин лучше, чем у женщин, развито абстрактное мышление, их интересы обычно выходят далеко за рамки семейных и бытовых, мужчины не любят предлагаемые решения, а предпочитают решать сами. В связи с этим в мужской аудитории эффективен будет индуктивный метод изложения, рациональное построение выступления, четкие

и лаконичные формулировки, иллюстративный материал предпочтителен в форме цифр, таблиц, графиков, примеры лучше приводить из истории, политики, экономики.

Молодежная аудитория. Охарактеризовать молодежную аудиторию довольно сложно, поскольку она сегодня весьма пестра и разнообразна, особенно в сфере интересов и пристрастий. Можно назвать наиболее общие черты, связанные с развитием мышления и психоэмоциональной сферы молодых людей: недостаточная развитость способности к логическому мышлению, преобладание эмоционального восприятия над рациональным, высокая степень внушаемости, субъективность в оценке явлений действительности, низкий уровень внимания, недоверие к взрослым, склонность к зрелищности, яркости и т. д.

Эффективно в такой аудитории использование таких методов риторического воздействия, как рассмотрение ограниченного числа вопросов (1—2), эмоциональное убеждение, широкое использование наглядности, диалоговая форма общения, демонстрация личностного отношения к излагаемому, новизна и оригинальность информации.

Способы установления и поддержания контакта. Тщательная подготовка к выступлению в значительной степени определяет, но не гарантирует его успех. Если оратор не сумеет найти подход к конкретной аудитории, заинтересовать слушателей, заставить работать их мысль, если выступление не получает эмоциональный отклик, речь вызовет отрицательную реакцию. Успех речи обеспечивается хорошим контактом оратора с аудиторией. Самое главное, о чем должен помнить оратор, что **говорить надо со слушателями, а не в их присутствии.**

Необходимо **настроиться на слушателя**, на аудиторию. Важно не допустить ни недооценки, ни переоценки ее. Всегда легче говорить, обращаясь к однородному составу слушателей (специалисты, студенты, коллеги, люди одинаковой политической ориентации и т. д.). Перед неоднородным составом аудитории говорить гораздо труднее.

Немногие ораторы могут перенастраивать себя на различные составы слушателей. Некоторые, блестяще овладев академической речью, не владеют популярным языком, что мешает им легко перестроиться и свободно общаться в любой аудитории.

Так, видный политический деятель США XVIII в. Александр Гамильтон говорил: «Настройся на своих слушателей. Подумай о том, что больше привлекает их внимание, что они хотели бы услышать, что у них вызывает приятные воспоминания, и намекни на вещи, которые они знают».

Нужно всегда ставить себя в положение слушателя, особенно если в речи выражается определенное мнение. Оратору важно не только представить слушателя, но и почувствовать его. Каковы эти люди, которые меня слушают? Что они думают, что они чувствуют, что они знают, что хотели бы услышать и что я должен им сказать? То, что я хочу сказать, будет ново для слушателя или же я ломлюсь в открытую дверь?

Все, что говорит оратор, может быть и хорошо, и правильно, однако слушателю это не интересно. Слушателю всегда интересны факты и мысли, которые относятся к нему самому.

Речь, как правило, начинается с **обращения** к слушателям. Обращение, по возможности, должно учитывать состав слушателей: *дорогие сослуживцы, уважаемые друзья, дорогие коллеги*. Если слушатели неизвестны, то почтительное обращение воспринимается как преувеличение. Обращение должно быть почтительным, но не раболепным.

Обращение не обязательно должно звучать в начале речи, его можно использовать в любой ее части. В особенно выразительных местах оно служит для улучшения контакта со слушателями. В ходе речи обращение нужно иногда варьировать.

Контакт со слушателями устанавливается в откровенной и дружеской манере, однако в зависимости от ситуации — с преобладанием доверительности или же с соблюдением дистанции.

Чтобы поддерживать контакт с аудиторией длительное время, важно помнить об особенностях внимания и его видах.

В том случае, когда внимание возникает независимо от воли, сознания человека, говорят о непроизвольном внимании.

Непроизвольное внимание возникает всякий раз, когда:

- человек сталкивается с чем-то необычным, неожиданным, интересным для него;
- в поле зрения или слуха человека попадает то, что его волнует, заботит, соответствует практическим интересам и потребностям;
- действует сильный, меняющий свою интенсивность или контрастный раздражитель.

Непроизвольное внимание не утомляет, так как оно возникает «само» и не требует нервных затрат. Однако оно неустойчиво, легко переключается на другой объект.

Сосредоточиваясь на каком-то предмете или процессе сознательно, усилием воли, слушатели организуют произвольное внимание. **Произвольное внимание** возникает при выполнении обязательной, но неинтересной работы. Оно сопровождается нервными затратами, утомляет.

Если внимание возникло как сознательное, волевое, но затем поддерживается без всяких усилий со стороны слушателей, так как они захвачены выступлением, это проявление послепроизвольного внимания. **Послепроизвольное** внимание не утомляет и может длиться весьма долго (примером являются ораторы древности, которых слушали по 5—6 часов).

Как сохранить и поддержать внимание аудитории в течение всего выступления, чтобы, как справедливо замечал О. Эрнст, «избежать ситуации, когда четверть слушателей занята «перевариванием» содержания выступления, а три четверти борются со сном»?

Важнейшее условие поддержания внимания к выступлению — его содержательность, то есть новая, неизвестная слушателям информация или оригинальная интерпретация известных фактов, свежие идеи, анализ проблемы.

Изложение должно быть доступным, необходимо учитывать культурно-образовательный уровень слушателей, их жизненный опыт. Никогда не следует забывать следующее: многие люди слышат именно то, что хотят услышать, и не слышат то, что им не нравится. Прав был римский ритор Квинтилиан, когда говорил: «То, что оскорбляет уши, не может проникнуть в душу человека».

Поддерживает внимание сопереживание, которое возникает, когда оратор увлеченно описывает события, затрагивающие чувства и интересы аудитории. В зале при этом наступает заинтересованная тишина.

Не остаются равнодушными слушатели и к доверительности, когда оратору удастся связать предмет речи с собственным опытом, собственными размышлениями.

Наконец, очень важны убежденность и эмоциональность оратора. Если он искренен, эти качества не только удерживают внимание слушателей на проблеме, но позволяют выступающему заразить собравшихся своим отношением к ней. Восточная мудрость гласит: «Ты, говорящий, никого не убедишь, когда нет в сердце у тебя того, что сходит с языка».

Необходим умеренный темп речи, такой, чтобы слушатели успевали следить за ходом мыслей оратора, усваивать сказанное, записывать.

В речи необходимы паузы. Именно во время пауз идет осмысление сказанного, появляется возможность задать вопрос.

Нужно помнить, что человек активно может слушать в среднем 15 минут. Затем необходимо сделать паузу или небольшое отступление, привести какой-нибудь любопытный факт.

О. Эрнст советует применять и драматизацию речи: эмоциональное и наглядное изображение относящихся к теме событий. Этот прием использовал древнегреческий оратор Эсхин в своей речи против Демосфена в знаменитом споре о золотом венке: «Представьте себе: стены рушатся, град падает, дома в пламени, старцы и жены, забывая навеки, что были некогда свободными, и, правильно негодуя не столько на орудия, сколько на виновников бед их, вопиют к вам, молят вас со слезами: не давайте венка губителю Греции!»

Опытные ораторы, прекрасно владеющие темой, иногда прибегают к провокации: заявляют нечто, что вызывает несогласие аудитории (а следовательно, привлекает ее внимание), а затем вместе с ней приходят к конструктивным выводам.

Чем сложнее выступление, тем большие усилия приходится прилагать слушателям для концентрации своего внимания. Классическим приемом, с помощью которого можно снять эмоциональную напряженность, является юмор. Благодаря юмору создается естественная пауза для отдыха интеллекта.

Типы ораторов. Подобно тому, как не сразу формируется индивидуальность стиля писателя, не сразу формируется стиль оратора. Ораторский стиль — это сложное сплетение знаний, опыта, манеры изложения, степени эмоциональности, невербальных особенностей поведения и т. д. Большинство специалистов выделяет три основных стиля:

- 1) строго логичный, внешне спокойный стиль;
- 2) эмоционально насыщенный, темпераментный стиль;
- 3) средний, синтетический стиль, сочетающий черты первого и второго.

Существует и несколько иная классификация, более детальная. Согласно этой классификации, выделяются четыре индивидуально речевых типа.

1. **Рационально-логический тип.** Эмоциональность этих людей внешне практически не проявляется, хотя это не означает, что она отсутствует вовсе. Ораторы этого типа больше склонны к анализу явлений, к рассуждению, к строгой аргументации. Их подготовка к любому докладу отличается последовательным отбором и строгой систематизацией материала, обдумыванием и разработкой подробного плана. Этот выношенный план как бы «сидит внутри», но, как правило, оратор им не пользуется: его чаще заботит эмоциональная сторона речи — как сделать выступление ярким, запоминающимся. Наблюдения показывают, что обычно к этому типу принадлежат сангвиники — люди с выраженной психической активностью, быстро реагирующие на происходящие события, стремящиеся к смене впечатлений, не заикливающиеся на неприятностях и неудачах, живые, подвижные, с выразительной мимикой и жестикуляцией.
2. **Эмоционально-интуитивный тип.** Люди этого типа говорят страстно, увлеченно, но не всегда могут уследить за жесткой логической последовательностью речи. Если у них не составлен план, которому они должны следовать, то их, как правило, «заносит», мысль теряется, эффект блистательной речи сводится на нет. У слушателей остается впечатление эмоционального разговора ни о чем. Ораторы этого типа не любят работать над планом, считая, что его наличие сковывает. По психотипу это холерики — люди энергичные, способные увлекаться, склонные к бурным эмоциональным вспышкам, резким сменам настроения. Их движения стремительны, мимика подвижна.
3. **Философский тип.** Ораторы, относящиеся к этой группе, труднее всего поддаются описанию, так как одновременно и достаточно эмоциональны, и логичны. Их индивидуаль-

ность наименее четко выражена, общим же является склонность к исследованию, осмыслению явления на глазах у слушателей, желание и умение вовлечь в этот процесс аудиторию. Чаще всего к этой группе относятся флегматики — люди невозмутимые, с устойчивым настроением, со слабым внешним выражением душевных состояний.

4. **Лирический, или художественно-образный, тип.** Этих людей отличает глубокая эмоциональность, лиризм, острая впечатлительность, проникновенность, хотя в частных проявлениях люди этого типа могут существенно отличаться друг от друга. Хотя мыслят они более образами, чем логическими категориями, это не означает, что логика в их рассуждениях отсутствует. Ораторы этого типа чаще принадлежат к меланхоликам — людям впечатлительным, утонченным, легко ранимым, но внешне слабо реагирующим на окружающее, со сдержанными движениями и приглушенной речью.

Как видно, данная классификация связана с темпераментом человека, характеристикой постоянной, устойчивой. Вместе с тем у каждого оратора есть собственные личностные качества, голосовые и интонационные особенности. Этот сплав устойчивого, типичного и индивидуального и создает неповторимость личности оратора.

Восприятие оратора аудиторией. Слушатели обычно не отделяют в процессе выступления сведения, которые сообщает оратор от личности самого оратора. Вместе с тем любая аудитория видит и запоминает личность оратора упрощенно, подводя ее под некоторые стереотипы, представления: теоретик, моралист, бюрократ, умница, весельчак и т. п. Чтобы оратора восприняли так, как он этого хочет, надо стремиться к созданию благоприятного имиджа. В связи с этим особую значимость представляют проблемы первого впечатления и преодоления волнения.

Что необходимо знать о первом впечатлении?

Во-первых, оно очень сильное, запоминающееся, в дальнейшем его приходится корректировать, а это требует значительных усилий. Для сравнения: первые новости всегда воспринимаются легко, с большой долей доверия, а последующим опровержениям, разъяснениям верят с трудом. Именно поэтому СМИ постоянно ведут борьбу за право первыми сообщить информацию: первый формирует мнение, второй — его меняет.

Во-вторых, первое впечатление обычно далеко от истины. Экспериментально установлено, что 85 % качеств, приписываемых человеку при первом впечатлении, никак не связаны с его внешностью: например, заключение о моральных ценностях человека, его умственных способностях, а также оценочные суждения — хороший, плохой. Первое впечатление во многом зависит от возраста, жизненного и профессионального опыта слушателей, их настроения, то есть оно очень субъективно.

В-третьих, первое впечатление очень устойчиво. Установлено, что на протяжении лекции изменения в оценке лектора составляют всего 4—6 %, причем по факторам «доверие» и «привлекательность» такие изменения составляют не более 1 %.

В-четвертых, оцениваются и запоминаются прежде всего индивидуальные качества оратора. Он оценивается как со стороны его объективных ролевых характеристик (ученый, депутат, мужчина, женщина и т. д.), так и со стороны индивидуальных личностных характеристик (внешность, поведение, внутренние качества). Процентное соотношение первых характеристик ко вторым составляет 2 % к 98 %.

В-пятых, основой первого впечатления является зрительный образ. Проводили такой эксперимент: одной группе испытуемых давали сначала послушать речь оратора, а потом показывали его фотографию, другой группе сначала предъявляли снимок, а потом предлагали

послушать речь. И в том, и в другом случае просили дать характеристику оратора. В первой группе характеристика менялась в значительно большей степени, чем во второй.

Таким образом, стремление произвести первое благоприятное впечатление — это правильное стремление.

Что касается проблемы преодоления волнения, необходимо знать, отчего оно происходит, и в зависимости от причины выбирать методы борьбы с ним. Можно говорить о трех основных причинах волнения.

1. Боязнь незнакомой аудитории. В этом случае рекомендуется настроить себя позитивно на контакт со слушателями. Можно найти среди слушателей знакомые или приятные лица и вначале обращаться только к ним (но не стоит этого делать на протяжении всего выступления).
2. Ощущение недостаточной подготовленности. Полезно в таких ситуациях иметь резервный материал, сосредоточиться на том, что вы знаете хорошо, и опустить то, что знаете недостаточно твердо.
3. Творческая взволнованность. Это переживания по поводу того, сможете ли вы выступить хорошо, поймут ли вас слушатели. Подобная взволнованность придает речи искренность и естественность, поэтому и бороться не стоит.

Вопросы и задания

1. По каким основаниям можно охарактеризовать аудиторию?
 - по возрасту;
 - по гендерному признаку;
 - по профессиональному признаку;
 - по социальному уровню;
 - по уровню образования;
 - по внешности;
 - по характеру.
2. Какие индивидуально речевые типы ораторов выделяют?
 - рационально-логический;
 - эмоционально-интуитивный;
 - философский;
 - лирический;
 - прагматический;
 - импровизационный.
3. Какой тип оратора представлен в описании?

«Ораторы, относящиеся к этой группе... одновременно достаточно и эмоциональны, и логичны. Их индивидуальность наименее четко выражена, общим же является склонность к исследованию, осмыслению явления на глазах у слушателей, желание и умение вовлечь в этот процесс аудиторию...»:

- рационально-логический;
- эмоционально-интуитивный;
- философский;
- лирический.

Этапы работы над публичным выступлением

Подготовка к ораторскому выступлению. В современной риторике работа над подготовкой и произнесением речи в целом соответствует классическому риторическому канону. Однако он дополнен в связи с неориторическим подходом еще одним важным этапом — анализом собственного выступления. Современная неориторическая модель работы над публичной речью включает три этапа:

- **докоммуникативный** — подготовка выступления;
- **коммуникативный** — соответствующий последнему этапу классического канона — акцию, произнесению речи. На этом этапе от оратора требуется умение не только произнести речь четко, ясно, выразительно, но и умение управлять аудиторией, ее вниманием, правильно реагировать на поведение слушателей, отвечать на вопросы, если они возникнут;
- **посткоммуникативный** — это этап рефлексии. Он предполагает анализ выступления, коммуникативных удач и неудач, работу над совершенствованием материалов речи, собственного речевого поведения. Важной на этом этапе является также прогнозистическая деятельность: прогнозирование вопросов, которые могут быть заданы слушателями, их реакции на разные варианты ответов и т. п.

Иногда у начинающих ораторов складывается представление об ораторской речи как о чистой импровизации. Это, конечно, заблуждение: выступление, которое воспринимается как спонтанное и свободное, на самом деле тщательно продумано и часто даже отрепетировано. Хорошая публичная речь — продукт длительного труда, и успех ждет только тех ораторов, которые проходят все этапы подготовки речи, анализируют ее результаты, что обеспечивает более высокий уровень следующего выступления и в конечном счете формирует ораторское мастерство.

Докоммуникативный этап — подготовка публичного выступления — является самым продолжительным в подготовке речи. В сущности, он включает в себя все части классического риторического канона, кроме последнего — акцию, произнесения речи.

Прежде всего для подготовки выступления необходимо выделить время. Одного государственного деятеля спросили, сколько времени ему потребуется для подготовки следующей речи. Он ответил: «Если для произнесения речи мне отведено 10 минут, то нужна неделя. Если в моем распоряжении один час, то потребуется два дня. Если же я располагаю неограниченным временем, то могу говорить сейчас же».

Формирование концепции речи. Традиционная ошибка, которую допускают начинающие ораторы, состоит в том, что они начинают подготовку к выступлению с чтения литературы, а сегодня чаще всего с чтения тех данных, которые предлагает одна из поисковых систем сети Интернет. Из подходящих кусочков komponуют речь и затем зачитывают ее перед публикой. Такое выступление едва ли можно назвать эффективным публичным выступлением. Это больше похоже на чтение вслух и вызывает большие сомнения в своей необходимости.

Начинать подготовку к публичному выступлению надо не с чтения литературы, а с выработки концепции будущей речи.

Вот, например, с чего предлагает начинать подготовку к публичному выступлению **Д. Карнеги**: «Задавайте самому себе всевозможные вопросы по данному поводу. Если, например, вам предстоит говорить о разводе, спросите себя, что является причиной развода? Каковы его экономические и социальные последствия? Как можно бороться с этим злом? Следует ли нам иметь единообразные законы о разводе? Почему? Нужны ли вообще законы о разводе? Следует ли исключить возможность развода? Или затруднить его? Или облегчить? Предположим, вам нужно высказаться о том, почему вы изучаете ораторское искусство. В этом случае следует задать себе такие вопросы. В чем мои трудности? Чего я рассчитываю достичь? Приходилось ли мне говорить публично? Когда именно? Где? Как это было? Почему я думаю, что эти занятия полезны для делового человека? Знаю ли я мужчин и женщин, которые продвигаются в коммерческой или политической сфере

главным образом благодаря уверенности в себе, самообладанию, способности говорить убедительно? Знаю ли я других людей, которые, вероятно, никогда не достигнут существенных успехов из-за отсутствия этих важных качеств? Будьте искренни».

Оратору необходимо осознать три важных момента будущего выступления и ответить на три вопроса:

- тема (о чем я буду говорить?);
- цель (зачем я буду говорить?);
- целевая аудитория (кому я буду говорить?).

Последовательность осмысления этих трех пунктов не имеет строго закрепленного порядка, начать оратор может с любого из них. Но без прохождения этого подготовительного этапа осмысления невозможно создать эффективную и интересную речь.

Рассмотрим каждый из этих пунктов несколько подробнее.

Тема. Тема должна быть актуальной, интересной, животрепещущей прежде всего для оратора. Если оратор не будет эмоционально увлечен предметом, темой, то речь окажет меньший эффект или совсем его не окажет. Даже в самых строгих научных или деловых докладах заинтересованность оратора слушатели чувствуют, и это активизирует их внимание, вовлекает в процесс слушания, восприятия речи. Поэтому при выборе темы важно задуматься над тем, что вас в ней трогает, задевает, что вас лично касается, почему она вам интересна.

Цель. Любое высказывание — это всегда поступок, который имеет результат. Но чаще всего этот результат оказывается не контролируем нами, и мы бываем им не удовлетворены, попадая в неожиданные и нелепые ситуации. Ни в обычной речевой ситуации, ни тем более в ситуации публичного выступления не стоит пускать речь «на самотек». «Кто не знает, в какую гавань плывет, для того нет попутного ветра», — говорил Сенека.

Цель публичного выступления необходимо формулировать в виде ответа на вопрос: «Чего я хочу достичь?». Убедить в чем-то или развлечь, помочь сделать что-то, познакомиться с чем-то, передать информацию о чем-то. Во всех этих случаях *цель находится вне рамок самого выступления*. Нельзя ставить цель «выступить или рассказать о...». Надо задумываться о том, зачем об этом рассказывать? Что должно измениться в результате выступления? Возможно, я хочу достичь того, чтобы аудитория изменила свое мнение по вопросу, связанному с темой моего выступления, или моя цель — обеспечить аудиторию нужной информацией, или помочь сориентироваться, сделать выбор, или просто поднять настроение, или поблагодарить.

При этом важно понимать, что в речи может быть официальная цель (которая объявляется слушателям и осознается как основная), а может быть сверхцель (она не озвучивается, хотя может быть основной). Например, оратор выступает с целью информировать слушателей о вузах города, но сверхцелью его выступления может быть привлечение их в определенный вуз.

Аудитория. Этот параметр неопытные ораторы редко берут во внимание. Однако от того, кто перед вами будет находиться, зависит и постановка цели, и выбор примеров, и формулировка основной мысли, и сам язык выступления. О высшем образовании с абитуриентами нужно говорить одним образом, с их родителями — другим, с преподавателями — третьим, со студентами — четвертым.

Оратору важно задуматься не только о том, что ему интересно в своей теме и каких целей он достигает своей речью, но также подумать о своих слушателях: что им может быть интересно? К чему они могут прийти, выслушав это сообщение? Что для них будет полезно?

Ответы на эти вопросы сделает выступление интересным. Оратор может тот же самый текст выступления корректировать с учетом определенной аудитории: по-другому расположить материал, подобрать другие факты, заменить начало, финал выступления и т. д.

Основная мысль. Распространенная ошибка, часто встречающаяся в речи, состоит в том, что мы начинаем говорить, не дав себе четкого ответа на вопрос: что именно мы хотим сказать. А как можно понять того, кто сам не знает, что он хочет сказать? Формулировка основной мысли помогает не только оратору не сбиваться, не путаться, не волноваться, но и слушателям быстрее, легче и правильнее его понимать. По сути, основная мысль выступления и есть то содержание, которое должен получить в конце каждый слушатель, то, что останется с ним по окончании выступления.

Основную мысль можно формулировать в виде утверждения. Важно, чтобы она была сформулирована максимально кратко и четко, в одной фразе. Возможно, вы не будете ее называть слушателям, но для вас самих она должна быть абсолютно ясна и понятна. Ее должно быть легко вспомнить в трудный момент.

Другой вариант формулировки основной мысли — вопрос. Форма вопроса хороша тем, что она помогает самому оратору в движении его мысли. Выступление, в котором основная мысль сформулирована как вопрос, обычно бывает более динамично, проблемно, остро, актуально.

Основная мысль будет находиться в кульминации вашей речи и станет главным открытием, осознанием для вашей аудитории. Все факты, истории, рассуждения, которыми будет наполнено ваше выступление, необходимы будут только для того, чтобы преподнести должным образом основную мысль. Поэтому она должна содержать в себе нечто принципиально новое для аудитории. Это может быть новый взгляд на известную проблему, парадоксальное переосмысление известных фактов, новый подход к разрешению наболевшей проблемы или просто новая информация. «Исследовано и доказано: интерес зарождается тогда, когда человек воспринимает изложенное сообщение как новое и важное для себя лично» (И. А. Шведов). Рассказывать спортсмену о пользе физических упражнений, например, не имеет никакого смысла. Эта мысль для них очевидна, она не сможет стать для них открытием, а значит, приведет к разочарованию или вызовет невнимательность. Но если основную мысль сформулировать иначе, добавив в нее остроты, ориентированной для этой аудитории, то выступление приобретает смысл и актуальность.

Чаще всего именно отсутствие цели приводит к тому, что оратор, начиная говорить, не имеет четкой основной мысли, что и приводит к размытости речи, отклонениям от темы, неуверенности или вообще потери мысли — в общем, к коммуникативной неудаче.

Таким образом, формулируя основную мысль, оратор должен руководствоваться следующими принципами:

- 1) основная мысль должна быть раскрыта в рамках данной речи полностью. При этом следует учитывать интересы и подготовленность аудитории к ее восприятию, с одной стороны, и время, которым располагает оратор, с другой. Слишком широко сформулированная основная мысль не дает возможности полностью ее развернуть и доказать в рамках регламентированной речи; а слишком узко сформулированная основная мысль поставит оратора в сложную ситуацию, когда ему придется постоянно возвращаться к одному и тому же положению и затягивать речь;
- 2) основную мысль необходимо формулировать ясно, точно, четко, грамотно и недвусмысленно. Поскольку тезис чаще всего предъявляется аудитории в устной форме, необходимо учитывать, что она должна быть легко и полностью воспринята на слух.

Поэтому его следует формулировать как простое предложение, без осложняющих компонентов (причастные и деепричастные обороты нежелательны!);

- 3) основная мысль должна быть сформулирована интересно для аудитории, то есть не быть банальной. Это может быть новый взгляд на известную проблему, парадоксальное переосмысление известных фактов, новый подход к разрешению наболевшей проблемы;
- 4) основная мысль должна быть приемлемой для аудитории. Нельзя выдвигать в качестве основной мысли идею, противоречащую интересам аудитории. Необходимо найти такую формулировку, которая бы заключала в себе компромисс между идеей оратора и отношением к ней слушателей. «Спорный тезис, который может вызвать неприязнь аудитории, скорее будет принят аудиторией, если он предлагается в мягкой форме, не полемично» (Т. Г. Хазагеров). Недопустимо в формулировке основной мысли навешивание ярлыков, оскорбление человеческого достоинства («красная чума», «совковость», «делегады» и т. д.), а также любые выражения, нарушающие этикетные нормы публичного выступления;
- 5) основная мысль должна быть абсолютно понятна самому оратору. К сожалению, это бывает далеко не всегда, и с этим связаны личные риторические неудачи. Оратор, который не может четко и точно сформулировать основную мысль, не сможет быть последовательным, логичным и понятным слушателями. Он не сможет уверенно полемизировать с оппонентами и убеждать конфликтную или инфантильную часть аудитории;
- 6) основная мысль в речи всегда одна. «Во всяком сочинении есть известная царствующая мысль, к сей то мысли должно все относиться. Каждое понятие, каждое слово, каждая буква должны идти к сему концу, иначе они будут введены без причины, они будут излишни, а все излишнее несосно» (М. М. Сперанский). К сожалению, современные ораторы часто игнорируют данное риторическое положение, совершенно не заботятся о единстве речи, пытаются в одной речи выразить разные мысли, не связанные общей идеей, подчас противоречивые. Разумеется, такая речь не может быть признана успешной, а оратор не сможет достичь цели убедить и привлечь на свою сторону слушателей;
- 7) сформулировав основную мысль, оратор обязан от нее не отклоняться, иначе он потерпит коммуникативную неудачу.

Отбор материала — это следующий этап работы над публичным выступлением. Необходимо отбирать только ту информацию, которая соответствует теме публичного выступления, отбираемый материал должен освещать разные стороны проблемы.

Сбор материала осуществляется только после того, как мы определились с темой, целью, аудиторией и основной мыслью нашего выступления. В противном случае будет трудно выделить необходимый нам материал из всего разнообразия предложений. Это может привести к тому, что сбор материала либо затянется, либо пройдет бессознательно, и тогда выступление либо не состоится, либо не будет эффективным.

При сборе материала рекомендуют вести записи на карточках. В дальнейшем это поможет быстрее и эффективнее выстроить цепочки аргументов в вашем рассуждении. Кроме того, карточки с записями удобно использовать во время самого выступления: они будут для вас подспорьем и в то же время не будут провоцировать впечатление искусственности и неуверенности оратора.

Составим список источников информации.

1. Интернет. Это многогранный источник, состоящий из разных сфер: и специальная литература, и неспециальная, и СМИ, и общение, и многое другое. Однако его стоит

выделить особо, поскольку поисковые системы сети Интернет предлагают особую форму работы с информацией. И, конечно, все исследователи сегодня начинают свою работу с обращения к этому источнику.

2. Специальная литература (сборники, монографии, специальные журналы). Она необходима для формирования профессионального взгляда на предмет речи как у оратора, так и у слушателей.
3. Неспециальная литература (художественная литература, поэзия, притчи). Этот источник может использоваться довольно редко. Но в то же время пример из художественной литературы может оказаться самым сильным средством воздействия на аудиторию, правильной передачи сообщения. Его преимущество состоит в большой вероятности быть знакомым аудитории (и потому лучше восприниматься) и в сочетании обобщения с конкретизацией: это не чья-то личная история, но в то же время она содержит конкретные подробности, позволяющие лучше понять пример. Однако едва ли мы будем читать художественную литературу специально, выискивая пример или образ в момент подготовки к выступлению. Это происходит постепенно или случайно. Поэтому важно читать как можно больше, размышляя, расширяя границы своего узкопрофессионального взгляда.
4. СМИ (газеты, журналы, радио, телевидение). Этот источник позволяет узнавать актуальную информацию, связанную с жизнью аудитории или с темой. Такая информация делает выступление острым, максимально приближенным к жизни.
5. Документы, архивные данные. Источник официальных данных, придающий весомость и значимость вашему выступлению.
6. Беседа со специалистом. Специалист поможет вам глубже разобраться в теме, обратит ваше внимание на те аспекты, которые вы не учли, обогатит вас знанием тех фактов, которые вы не встретили во время собственного исследования вопроса, поделится опытом своих размышлений над вашим общим вопросом.
7. Беседа с неспециалистом. С одной стороны, она дает возможность исследовать аудиторию, оценить ее уровень подготовки, ее отношение к проблеме речи, ее круг интересов, а с другой стороны, она тоже может расширить границы понимания темы для самого оратора. Собеседник неспециалист, не будучи погруженным в тему, может найти и предложить новый, неожиданный ракурс, что сделает выступление более интересным.
8. Собственный опыт (опыт собственных размышлений, эксперименты, истории из жизни своей и своих знакомых). Источник, значение которого невозможно переоценить. Если слова оратора не подкреплены собственным опытом, то речь не будет обладать ни силой, ни убедительностью. Такой речи не будут верить, не будут воспринимать ее всерьез. И наоборот, самая агрессивная аудитория, несогласная с позицией оратора, к его личному опыту отнесется с уважением и выслушает.

Затем необходимо заняться **организацией материала**.

Материал, подобранный при подготовке к публичному выступлению можно группировать, опираясь на три принципа.

- Принцип подчинения — материал разных источников относится к одной теме, в одном из источников дается развернутое толкование темы. При подчинении используются следующие языковые конструкции: *Более подробно этот вопрос рассмотрен в работе...; Детали этого процесса описаны (кем?)...; Конкретный пример этого явления проанализирован в статье... и т. п.*

- Принцип соединения — материалы разных источников раскрывают разные аспекты темы, не пересекаясь между собой. Соединение предполагает употребление конструкций типа *Другой аспект этого явления рассматривается в работе...; Причины этого явления указаны автором в статье... и т. п.*
- Принцип противопоставления — материалы двух источников предлагают разные, как правило, противоположные точки зрения на одну и ту же проблему. Противопоставление информации вводится такими конструкциями, как: *Другую точку зрения на... высказывает (кто?) в работе...; Другое объяснение... представлено в статье... и т. п.*

Коммуникативный этап. Коммуникативный этап соответствует этапу *акцио* классического канона. На этом этапе от оратора требуется умение не только произнести речь четко, ясно, выразительно, но и умение управлять аудиторией, ее вниманием; правильно реагировать на поведение слушателей; отвечать на вопросы, если они возникнут. Более подробно этот этап риторического канона будет рассмотрен чуть позже.

Посткоммуникативный этап. Работа над публичной речью не заканчивается ее произнесением. Посткоммуникативный этап — это этап рефлексии. Он предполагает анализ выступления, коммуникативных удач и неудач, работу над совершенствованием материалов речи, собственного речевого поведения. Важной на этом этапе является также прогностическая деятельность: прогнозирование вопросов, которые могут быть заданы слушателями, их реакции на разные варианты ответов и т. п.

Вопросы и задания

1. Какие три этапа включает современная неориторическая модель работы над публичной речью?

- | | |
|----------------------|-------------------------|
| • докоммуникативный; | • посткоммуникативный; |
| • коммуникативный; | • квазикоммуникативный. |

2. На какие три важных вопроса необходимо ответить оратору, чтобы создать эффективную и интересную речь:

- | | |
|--------------------------|--------------------------|
| • О чем я буду говорить? | • Кому я буду говорить? |
| • Зачем я буду говорить? | • Когда я буду говорить? |

3. В виде ответа на какой вопрос необходимо формулировать цель публичного выступления?

- | | |
|--------------------------|------------------------------------|
| • Чего я хочу достичь? | • Кого я хочу информировать? |
| • О чем я буду говорить? | • Почему актуальна основная мысль? |

4. На какие принципы можно опираться, организуя материал, подобранный при подготовке к публичному выступлению?

- | | |
|-----------------------|-------------------------------|
| • принцип подчинения; | • принцип противопоставления; |
| • принцип соединения; | • принцип определения. |

5. Какие языковые конструкции используются при подчинении?

- Более подробно этот вопрос рассмотрен в работе...
- Конкретный пример этого явления проанализирован в статье...
- Причины этого явления указаны автором в статье...
- Другое объяснение... представлено в статье...

Информационная речь

Информационная речь — один из видов устных высказываний, ее коммуникативная цель — дать новые сведения о том или ином предмете, пробудить интерес к предмету речи. К особенностям информационной речи можно отнести следующие: удовлетворение потребности слушателей в получении исчерпывающей информации по данному вопросу, пробуждение любознательности, актуальность для аудитории, новизна.

При подготовке информационной речи следует особое внимание уделить **композиции выступления**. Наиболее распространенной структурой устного выступления со времен античности считается трехчастная, включающая в себя вступление, основную часть и заключение. Каждая часть речи имеет свои особенности, которые необходимо учитывать во время подготовки. Эти особенности обусловлены спецификой восприятия речевого сообщения. Например, многочисленными экспериментами доказано, что лучше всего запоминается то, что сказано в начале или конце сообщения, в психологии это называется «законом края».

Во вступлении подчеркивается актуальность темы, значение ее для данной аудитории, формулируется цель выступления, кратко излагается история вопроса. Вступление должно настроить слушателей на восприятие темы, поэтому оно может быть ярким, эмоциональным, запоминающимся. В практике выдающихся ораторов есть немало примеров интересных вступлений. Так, А. Ф. Кони предлагает начать лекцию о законе всемирного тяготения следующим образом:

В рождественскую ночь 1642 г. в Англии в семье фермера средней руки была большая сумятица. Родился мальчик такой маленький, что его можно было выкупать в пивной кружке.

Затем, говорит Кони, надо сказать несколько слов о жизни и учении этого мальчика, о студенческих годах, об избрании в члены королевского общества и, наконец, назвать его имя — Исаак Ньютон. После этого можно приступить к изложению сущности закона всемирного тяготения. Роль «пивной кружки» — привлечение внимания. Безусловно, чтобы вступление было ярким и запоминающимся, надо много читать, готовиться, хорошо разбираться в материале. Каждая тема требует своего особого начала, кроме того, необходимо учитывать состав аудитории, степень ее подготовленности.

Удачное начало — половина успеха. Вступление преследует важные цели: вызвать интерес слушателей, захватить их внимание, установить контакт, подготовить благоприятную почву для совместной деятельности.

Введение должно решить три задачи:

- 1) заинтересовать слушателей;
- 2) подготовить их к восприятию информации;
- 3) наладить контакт.

Все эти три задачи равно важны и должны быть решены обязательно.

Существует много вариантов зачина. В зависимости от аудитории, условий выступления, стиля и содержания речи можно одну и ту же речь начинать иначе, по-новому. Варианты вступлений могут быть разнообразны:

- можно просто начать с сообщения темы и основных вопросов, которые будут освещены в выступлении;
- можно идти от места и времени, то есть от необходимости именно сегодня, сейчас поднимать данный вопрос;

- можно начать с интересного факта, события. Жизненный материал, волнующие факты служат «мостиком» к основному содержанию и бесспорно захватывают внимание слушателей;
- можно сразу приступить к основной теме — «брать быка за рога» (*«Доколе, Катилина, ты будешь испытывать наше терпение?»*, *«Долго ли еще будем мы равнодушно взирать на...?»*);
- можно начать с выражения отношения к собравшимся: например, академик Е. З. Тарле, несмотря на болезнь, приехал на выступление. И начал так: *«Меня попросили выступить перед военными, и я не мог отказаться, приехал. Ведь вы кровью своей делаете историю, а нам, ученым-историкам, приходится только описывать»*;
- можно использовать пословицы, поговорки, афоризмы, крылатые выражения (*«Заговори, чтобы я тебя увидел»*, *«Слово есть поступок»*, *«Чтоб собеседник нашу мысль постиг, нужней нам сердце, нежели язык»...*);
- можно прибегнуть к риторическим вопросам, к вопросно-ответной форме речи, например: *«Вы пришли в школу живого слова. А не задавали ли вы себе вопросы: "Не поздно ли мы спохватились? А будет ли какой толк из этого? Можно ли овладеть речевым мастерством, когда 20—30 лет не задумывался об этом?"*. Наши встречи избавят вас от сомнений»;
- можно заранее продумать форму обращения к аудитории. Обращение, наполненное чувством уважения к слушателям, а не формально-равнодушно брошенное «Здравствуйте» будет оценено вашими слушателями. Обращение — важное средство привлечения внимания и создания благоприятной обстановки общения: «Товарищи!», «Друзья!», «Уважаемые слушатели!», «Уважаемые коллеги!», «Дорогие ветераны!», «Милые женщины!» — все зависит от того, к кому обращено это приветствие.

Заключение также должно решить три задачи:

- 1) подвести итог;
- 2) закрепить эффект (предложить слушателям варианты действия);
- 3) поднять настроение слушателей.

Необходимо продумать, какими именно словами закончить выступление — с учетом состава аудитории, содержания и стиля речи. В качестве концовки или делается вывод из сказанного, или повторяется главная мысль, или приводится яркий образ, или обобщающий афоризм, мудрое высказывание, или эмоционально звучащие поэтические строки, или меткое, острое словцо, наполненное юмором...

В момент заключения речи не давайте слушателям возможности расслабиться, «остыть». Концовка — это сильный, сконцентрированный на главном акт речевого действия. Убедительное, яркое заключение оставляет хорошее впечатление о речи, и, напротив, неудачное может погубить неплохую речь. Некоторые ораторы в конце речи начинают извиняться перед слушателями, например, за то, что речь недостаточно подготовлена ввиду нехватки времени, что слушатели напрасно потратили время. Этого делать нельзя. Плохо также заканчивать речь шуткой, не относящейся к теме выступления или общеизвестным, расхожим выражением. А. Ф. Кони считал, что конец речи должен закруглить ее, связать с началом. Он приводит пример заключения речи, посвященной М. В. Ломоносову:

Итак, мы видели Ломоносова мальчиком-рыбаком и академиком. Где причина такой чудесной судьбы? Причина только в жажде знаний, в богатырском труде и умноженном таланте, отпущенном ему природой. Всё это вознесло бедного сына рыбака и прославило его имя.

Однако хорошо продуманное вступление и заключение не обеспечивают успеха выступления в целом. Важно не только привлечь внимание слушателей, но и сохранить его до конца речи. Поэтому наиболее ответственной является **основная часть** ораторского выступления. В ней излагается основной материал, последовательно разъясняются выдвинутые положения, доказываются их правильность, слушатели подводятся к необходимому выводу. Композиция этой части речи отражает логику развития темы. Если в выступлении нет логики, последовательности развития мысли, трудно воспринимать содержание речи, следить за ходом рассуждения оратора, запоминать услышанное. Поэтому в главной части выступления важно соблюдать основное правило композиции — логическую последовательность и стройность изложения материала. Выполнить эту задачу оратор должен наиболее простым, рациональным способом, этого требует еще один принцип построения публичной речи — принцип экономии.

Структура выступления зависит прежде всего от метода изложения материала, избранного оратором. Эти методы выработаны риторической практикой, описаны в различных пособиях, активно используются современными ораторами.

Основные методы изложения материала:

- **индуктивный** — изложение от частного к общему: рассмотрев частный случай, выступающий подводит слушателей к обобщению и выводам;
- **дедуктивный** — изложение от общего к частному: в начале речи выдвигаются положения, которые потом разъясняются на конкретных примерах;
- **концентрический** — расположение материала вокруг главной проблемы, поднимаемой в выступлении: от общего рассмотрения центрального вопроса выступающий переходит к его углубленному анализу;
- **ступенчатый** — последовательное изложение одного вопроса за другим; рассмотрев какую-то проблему, оратор больше не возвращается к ней;
- **исторический** — изложение материала в хронологической последовательности, описание и анализ изменений, которые произошли с предметом, лицом, явлением с течением времени;
- **метод аналогии** — сопоставление различных явлений, событий, фактов. Обычно проводится параллель между тем, что хорошо известно слушателям, и новым;
- **спиральный** — переход от общего изложения вопроса к повторному, более детальному;
- **логический** системно-структурный подход к явлению, без обращения к его истории;
- **анализ проблемы** — комбинированный, сочетающий в себе несколько методов изложения материала.

Композиция — это и есть логика развития содержания по намеченному плану. Каждый оратор составляет план выступления по-своему. План может быть очень сжатым и развернутым. Основные вопросы подразделяются на подвопросы, а те, в свою очередь, могут делиться на пункты и подпункты. На поля полезно выносить факты, цифры, цитаты. Можно составить и тезисы по плану. Тезисы — это сжатое изложение основных положений выступления. Среди тезисов есть главный, основной, в котором заключена проблема (ответ на поставленный вопрос). Главный тезис — это кульминация выступления. В нем раскрывается цель, сверхзадача оратора.

Впервые выступающий может пользоваться конспектом или полным текстом (но полный текст не читается, а служит лишь опорой, своеобразной партитурой). Постепенно, по мере накопления опыта, оратор переходит к конспекту, затем к плану, и, наконец,

наступает время, когда в живом процессе общения с аудиторией эти подсобные материалы становятся ненужными.

В главной части выступления всесторонне раскрывается тема и идея. Осуществляется логический переход от одной мысли к другой. Выдвинутые положения подтверждаются фактами. Так как главная часть продолжительна по времени, то полезно ее разбивать на части (разделы). Такое деление облегчает слушателям восприятие и усвоение материала.

Переход от одной части к другой можно осуществлять с помощью таких слов и выражений: «Следовательно», «Итак», «Значит», «В дополнение можно отметить», «С одной стороны — с другой стороны», «Перейдем к следующему разделу»... Эти «переходные» слова как бы подытоживают сказанное и направляют внимание на продолжение речи. Конец раздела (части) можно отделить и просто паузой, и сменой тона, темпа речи, и силой голоса, изменением позы и т. п.

Начинать создание текста следует с центрального, главного раздела. После пишутся второстепенные разделы, и затем — введение и заключение.

Не существует универсальных правил построения публичного выступления. Композиция будет меняться в зависимости от темы, цели, задач, стоящих перед выступающим, от состава слушателей.

Вопросы и задания

1. К особенностям информационной речи относится:
 - удовлетворение потребности слушателей в получении исчерпывающей информации по данному вопросу;
 - пробуждение любознательности;
 - актуальность для данной аудитории;
 - новизна;
 - стремление убедить в правильности какого-либо положения.
2. Основными методами изложения материала не являются следующие:
 - индуктивный;
 - дедуктивный;
 - концентрический;
 - ступенчатый;
 - культурологический;
 - лингвистический.

Убеждающая речь

Коммуникативная цель убеждающей речи — убедить собеседника в правильности какого-то положения, заставить его изменить свои взгляды, мнения. Убеждающая речь связана с такими понятиями, как тезис, аргументы, демонстрация.

Убеждающая речь предназначена для того, чтобы воздействовать на мысли аудитории. Среди них могут быть выделены речи, задача которых первоначальное формирование взглядов аудитории (*характеристика, обвинительная речь*), и речи, задача которых изменение существующих взглядов, переубеждение, т. е. в них очень силен элемент опровержения (*критика, протест*).

Ситуации	Формирование взглядов	Переубеждение
Ответ не предполагается	характеристика, подтверждение, обоснование, размышление, назидание	
Ответ предполагается	совещательная речь и др.	
В ответ на слово или действие	оправдательная, обвинительная речь, речь в прениях и др.	оправдание, порицание, возражение, критика, оправдательная речь, протест, заявление, опровержение

Сравнительно небольшое количество жанров убеждающей речи — свидетельство их жанрового однообразия (особенно это касается речей первого вида, где различающиеся лишь нюансами *обоснование*, *совещательная речь* и *речь в прениях* фактически монопольно занимают все жанровое поле).

Типичные ситуации, в которых используется убеждающая речь, — выступления в научных и политических дискуссиях, предвыборные, агитационные, рекламные выступления.

Предметом любой убеждающей речи является спорный вопрос, то, что вызывает разногласия. Чтобы речь оказалась успешной, необходимо для начала ясно представить себе, с чем именно мы будем бороться, о чем спорить. Поэтому речь должна начинаться с четкой формулировки проблемы. Если речь относится к собственно убеждающим, формулирование проблемы помогает точно уяснить предмет обсуждения.

Из формулировки проблемы вытекает задача речи. Так, например, если проблема заключается в том, что среди чиновников и депутатов много непрофессионалов, то задача — убедить в том, что выбирать в мэры нужно того, кто умеет руководить, знает эту работу. Если пункт разногласия в том, что именно «кн. Вяземский — начинщик брани», а вы с этим не согласны, то задача состоит в том, чтобы убедить аудиторию, что кн. Вяземский никогда не переступал черту литературных прений и не оскорблял личность оппонента.

В качестве образца убеждающей речи можно привести слова Д. С. Лихачева из «Письма тринадцатого. О воспитанности»:

«Есть много книг о “хороших манерах”. Эти книги объясняют, как держать себя в обществе, в гостях и дома, как говорить и как одеваться. Но люди обычно мало черпают из этих книг. Происходит это потому, что в книгах о хороших манерах редко объясняется, зачем нужны хорошие манеры. А ведь в основе хороших манер лежит одна забота — о том, чтобы человек не мешал человеку, чтобы все вместе чувствовали себя хорошо. Поэтому надо не запоминать сотни правил, а запомнить одно — необходимо уважительно относиться к другим. И тогда манеры сами придут к вам, придет память на правила хорошего поведения, желание и умение применять их».

Оратор видит проблему не в том, что люди не читают книг о хороших манерах; не в том, что они неуважительно относятся к другим людям; и не в том, что они не хотят пользоваться правилами этикета. Проблема в том, что они не могут запомнить сотни этикетных правил. Отсюда задача: убедить слушателей в том, что одно главное правило (уважительное отношение к людям) заменяет сотни этикетных правил.

Убеждающая речь связана с такими понятиями, как тезис, аргументы, демонстрация.

Тезис — мысль или положение, истинность которого требуется доказать.

К тезису предъявляются следующие **требования**:

- он должен быть истинным, иначе никакими доказательствами его не удастся обосновать;
- он должен быть ясно, понятно, точно сформулирован, не должен содержать логического противоречия;
- тезис не должен меняться на протяжении всей речи.

Тезис — это стержень высказывания, который оратор постоянно держит в памяти, чтобы сохранить смысловое единство речи.

Наиболее тесно тезис связан с целью выступления и является по существу одним из возможных ответов на вопрос, поставленный в речи. Например, задача речи — побудить слушателей покупать акции определенной компании (*Почему они должны купить именно наши акции?*). Тезис: *По сравнению с другими эта компания гарантирует самый высокий доход, так как вкладывает деньги исключительно в высокорентабельные отрасли.* Или задача речи — побудить мальчиков записываться в секцию бокса (*Зачем им нужны занятия боксом?*). Тезис: *Занятия боксом дадут возможность научиться защищать себя и своих друзей от хулиганов.*

Отсутствие четко определенной цели часто приводит к тому, что в речи нет и ясно выраженной основной мысли, объединяющей весь текст — тезиса. Результат — общая риторическая неудача.

Важно помнить, что, предлагая ответ на вопрос задачи, оратор может пойти двумя путями:

- 1) дать **ортодоксальный тезис** — консервативный путь: подтверждается то, что ожидает услышать аудитория;
- 2) дать **парадоксальный тезис** — творческий путь: переосмысливаются известные факты и предлагается новый путь решения проблемы. Именно такой тезис только и возможен в убеждающей речи. В нем обязательно должна содержаться новая информация или спорная мысль, которую и будет доказывать оратор. На эту особенность формулирования тезиса указывал еще Аристотель: *«Тезис есть предположение сведушего в философии человека, не согласующееся с общепринятым — например, предположение, что невозможно противоречить, как утверждал Антисфен, или предположение, что все движется, как говорил Гераклит, или предположение, что сущее едино, как утверждал Мелисс».*

С другой стороны, в формулировке тезиса должна быть ясно видна проблема, которую собирается разрешить оратор. «А что и тезис — проблема, это ясно, ибо из сказанного необходимо вытекает, что относительно тезиса или большинство расходится во мнении с мудрыми, или внутри каждой стороны мнения расходятся, потому что тезис есть предположение, не согласующееся с общепринятым»². Причем рассматриваться могут только такие проблемы, которые действительно подлежат доказательству, а не такие, которые могут быть разрешены с помощью наблюдения: «Не следует, однако, рассматривать всякую проблему и всякий тезис, а только такие, относительно которых возникает сомнение у того, кто нуждается в доводе, а не у того, кто подлежит наказанию или кому необходимо чувственное восприятие. Ибо те, кто сомневается, следует ли почитать богов и уважать родителей или нет, подлежат наказанию, а тем, кто сомневается, бел ли снег или нет, необходимо чувственное восприятие. Таким образом, не следует рассматривать ни то, доказа-

² Анисимова Т. В., Гимельсон Е. Г. Современная деловая риторика. Москва, 2001.

тельство чего под рукой, ни то, доказательство чего слишком недоступно, ибо относительно первого не возникают сомнения, а относительно последних затруднений больше, чем нужно для упражнения».

Суждение о том, что тезис — это мысль небанальная, мысль, в разрешении которой заинтересована аудитория, подчеркивают и современные исследователи: интерес зарождается тогда, когда человек воспринимает изложенное сообщение как новое и важное **для себя лично**. Интерес аудитории складывается из отдельных личностных интересов. Поэтому лучше всего, когда в качестве тезиса предъявляется новый взгляд, новый ракурс, новый подход к разрешению наболевшей проблемы.

Аргументы необходимы для доказательства тезиса. Это суждения или совокупность суждений, приводимых для подтверждения другого суждения. Как и доказываемый тезис, аргументы должны быть истинными и достаточными, при этом они не могут существовать независимо друг от друга, а объединяются в систему доказательств.

При подборе и использовании аргументов необходимо учитывать параметры аудитории, законы психологического восприятия живой речи. В связи с этим следует придерживаться следующих правил:

- приводить лишь те факты, которые имеют прямое отношение к обсуждаемой теме;
- не подменять аргументы собственным мнением (мнение аргументом не является);
- подбирая аргументы, заботиться не о их количестве, а о их качестве.

Среди аргументов выделяются следующие **типы**:

- 1) **сильные и слабые аргументы**. Сила аргумента — понятие относительное, так как многое зависит от ситуации, эмоционально-психического состояния слушателей и других факторов. Однако можно выделить ряд типовых аргументов, которые считаются сильными в большинстве случаев: научные аксиомы, положения законов и официальных документов, законы природы, заключения экспертов, статистические данные, ссылки на авторитетные источники;
- 2) **аргументы «к делу» и «к человеку»**. Первый тип аргументов называют рациональным, воздействующим на разум слушателей (это, в первую очередь, факты, которые не требуют доказательств), второй — иррациональным, психологическим, вызывающим к чувствам. Психологические аргументы не являются таковыми в строгом значении этого слова, более того, как самостоятельные доказательства они могут считаться логической ошибкой, состоящей в подмене тезиса: вместо того, чтобы подтверждать или опровергать утверждение по существу, психологические аргументы направляются на личность говорящего. Вместе с тем логические и психологические доводы часто выступают в единой системе, и это оправдано, поскольку цель речи — воздействовать на слушателей, а воздействие связано с обращением не только к разуму, но и к чувствам человека.

Иногда думают, что основное в аргументации — найти как можно больше доказательств, аргументов. Это не совсем так. Латинская пословица говорит: *«Доказательства следует не считать, а взвешивать»*.

Оптимальным числом аргументов при доказательстве считается три.

Подобрав аргументы, важно правильно расположить их, от того, в какой последовательности они предъявлены, зависит воздействие на слушателей.

Существуют различные способы расположения аргументов.

1. **Нисходящая и восходящая аргументация.** При нисходящей аргументации сначала приводятся самые сильные аргументы, затем менее сильные, а завершается выступление выводом или эмоциональной просьбой, побуждением к действию. При нисходящей аргументации слабые аргументы, выступая как дополнение к сильным, а не как самостоятельные, выглядят более убедительно. Восходящая аргументация предполагает, что сильные аргументы используются в конце выступления. Заканчивается речь с восходящей аргументацией, как правило, ярким, эмоциональным призывом.
2. **Односторонняя и двусторонняя аргументация.** Односторонняя аргументация предполагает использование аргументов одной направленности: либо позитивные, подтверждающие данную точку зрения, либо негативные, излагающие противоположную позицию. При двусторонней аргументации излагаются и позиция «за», и позиция «против», что дает возможность аудитории сопоставить обе точки зрения и выбрать одну из них. Оппонент при двусторонней аргументации может быть как реальным, так и вымышленным.
3. **Индуктивная и дедуктивная аргументация.** При использовании индуктивной аргументации изложение построено от анализа конкретных фактов к выводу. Приводимые факты должны быть типичными, истинными и связанными с выводами, их количество должно быть достаточным для обобщения. Особое внимание следует обратить на наличие отрицательных примеров, не подтверждающих основной вывод. Дедуктивный метод предполагает рассуждение от общего к частному, от вывода к аргументам. Познавая мир, человечество использует этот метод постоянно, поскольку ряд явлений, которые уже открыты, приобретает значение общего правила. Это правило становится общим положением для следующего познавательного процесса и т. д.

С опорой на общие положения строятся **силлогизмы** — умозаключения. Структура силлогизма может быть следующей:

- а) общее положение, именуемое большой посылкой;
- б) связанное с ним суждение, ведущее к его применению, — малая посылка;
- в) заключение — вывод.

Пример силлогизма: *Все граждане России имеют право на отдых. Иванов — гражданин России. Иванов имеет право на отдых.*

Иногда одна из посылок не формулируется, а подразумевается. Такой сокращенный силлогизм называется энтимемой. Энтимемы часто используются в рекламе. Например: *Выбирайте этот стиральный порошок, так как это лучшее сочетание цены и качества.* В этой рекламе пропущена большая посылка: *Выбирайте порошок хорошего качества по выгодной цене.*

Следует иметь в виду, что речи, использующие только метод дедукции, не очень хорошо воспринимаются аудиторией, так как в них чувствуется назидательность, навязывание мнения выступающего.

Вопросы и задания

1. Коммуникативная цель убеждающей речи формулируется следующим образом:
 - убедить собеседника в правильности какого-то положения, заставить его изменить свои взгляды, мнения;
 - удовлетворить потребности слушателей в получении исчерпывающей информации по данному вопросу;

- пробудить любознательность;
 - ознакомить со статистическими показателями.
2. Оптимальным числом аргументов при доказательстве считается:
- 3;
 - 5;
 - 7;
 - 9.
3. Тезисом называют:
- мысль или положение, истинность которого требуется доказать;
 - суждения или совокупность суждений, приводимых для подтверждения другого суждения;
 - анализ конкретных фактов к выводу;
 - смысловое единство речи.

ТЕМА 9. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К ОРАТОРСКОЙ РЕЧИ

Требования к манере ораторской речи

Принято считать, что публичная речь — это монологическая речь, которая в «Словаре лингвистических терминов» характеризуется как «речь, обращенная прежде всего к самому себе, не рассчитанная на словесную реакцию собеседника».

Однако «речь, обращенная к самому себе, не рассчитанная на словесную реакцию собеседника», вероятно, возможна лишь в виде внутренней речи, речи «про себя». Речь же звучащая рассчитана на собеседника и на его реакцию, которая выражается словами или проявляется в мимике, позе, жестах... Человеческая речь по своей природе диалогична, ибо создана для общения: убеждения, побуждения, получения или передачи информации, выражения отношения, выяснения истины.

Публичная речь — монолог по форме, а по существу — диалог. И это требует от оратора дополнительных усилий. Американский специалист в области ораторского искусства Ф. Снелл указывал на следующие трудности, с которыми сталкивается оратор:

- нельзя прервать выступление, когда хочется;
- нельзя рассчитывать на собеседников, успех зависит только от вас;
- трудно понять отношение аудитории к себе;
- слушатели сопоставляют вас с образцовыми ораторами, в том числе и на телевидении;
- нельзя вести себя так свободно, как хочется;
- по выступлению о вас составят мнение, которое будет трудно изменить.

Существует несколько требований к монологическому публичному выступлению.

1. Простота и доступность изложения. Для того, чтобы главная мысль была понятной в изложении, прежде всего необходимо уметь ее четко формулировать самому себе: *кто ясно мыслит, ясно излагает* — это не пустые слова. Чтобы мысль эта стала доступной аудитории, она должна быть изложена просто и понятно.

Для достижения простоты изложения прибегают к **приему конкретизации**, который предполагает выбор по преимуществу конкретной лексики. Необходимо избегать в речи слишком обобщенных наименований, следует заменять их известными и понятными всем словами. Вместо «*Это нужно прежде всего работникам бюджетной сферы*» лучше сказать «*Это нужно врачам и учителям, медицинским сестрам и воспитателям*».

детских садов». Во многих случаях конкретизация способствует возникновению наглядных образов в сознании слушателей, что гораздо эффективнее, чем исключительно логическое построение. Конкретизация касается также формы, «упаковки» идей оратором. Для повышения внимания слушателей, придания речи наглядности и образности, большей достоверности целесообразно, приводя идею, указывать конкретные обстоятельства ее появления. Эти кажущиеся на первый взгляд лишними подробности являются «упаковочным материалом» идей и придают им правдивость. Слушатели же, обратив внимание на конкретную ситуацию, запомнят и идею.

Необходимо также использовать более простые синтаксические конструкции в тексте выступления (прием упрощения синтаксиса). Целесообразно избегать сложноподчиненных предложений, развернутых причастных оборотов — все эти конструкции очень плохо воспринимаются на слух. Текст надо строить из более простых и коротких предложений.

Следует избегать многословия. Из каждого длинного предложения в процессе подготовки текста лучше сделать несколько коротких.

Иногда бывает необходимо употребить в выступлении научные и абстрактные слова, и нужно продумать, как это правильно сделать. Соответствующее слово необходимо понятно объяснить — дать определение простыми словами, назвать синонимы, привести примеры его употребления, объяснить происхождение и повторить несколько раз в разных сочетаниях.

Использование цифровых данных значительно повышает убедительность выступления, однако необходимо соблюдать ряд правил приведения цифровых данных в устном выступлении. Чтобы цифры были восприняты слушателями и выглядели убедительно, надо соблюдать следующие правила:

- 1) цифр должно быть немного, только тогда они выглядят убедительными для слушателей;
- 2) цифры лучше округлять;
- 3) статистические данные надо давать в сравнении или в пропорции. П. Сопер приводит как серьезную ошибку оратора такой факт из публичного выступления: *«В 1920 г. покупательная способность доллара по отношению к 1926 г., принятому на единицу, была 0,648, а в 1940 г. — 1,272»*. Следовало сказать: *«В 1940 г. на доллар можно было купить вдвое больше, чем в 1920 г.»*;
- 4) не следует указывать точные цифры квадратных километров, кубометров и населения, а подавать эти данные в наглядном сравнении, например: *по площади, как Москва; население в 10 раз больше, чем в Воронеже; такого количества газа нам хватит, чтобы обогреть наш дом 2,5 года* и т. д.;
- 5) надо точно указывать источник приводимых статистических данных.

2. Краткость. Крайне важно соблюдать отведенный регламент, уложиться в отведенное время и даже чуть-чуть сэкономить его. Оратор, который закончил выступление на 1—2 мин раньше объявленного времени, всегда повышает свой рейтинг у аудитории. Краткие выступления рассматриваются в большинстве аудиторий как более умные, правильные, содержащие истинную информацию.

Хороший совет на эту тему дал своему сыну Франклин Делано Рузвельт. Объясняя ему, как надо выступать публично, Ф. Рузвельт дал ему три совета: *«Будь искренен, будь краток, садись»*.

3. Решительное начало и решительный конец. Как начало, так и конец речи должны быть краткими, ясными, понятными и заранее продуманными.

4. Доверительный тон общения. Выступление должно выглядеть как откровенный разговор с аудиторией, оно должно носить характер беседы.

В выступлении должна преобладать не лексика ограниченного употребления (научная, официально-деловая), а широко употребительная, стилистически нейтральная. Очень важно стараться избегать канцелярских штампов, клишированных слов и выражений, так как они отдалят вас от слушателей, сделают вашу речь невыразительной и скучной.

Лучше сказать «этот» вместо «данный», «в условиях секретности», а не «в условиях конспирации», вместо «прессинг» — «сильное давление» и т. п. Такая замена книжной лексики на нейтральную называется стилистической заменой. В устном публичном выступлении иногда возможны даже вкрапления разговорной лексики. Нейтральная и разговорная лексика легче воспринимается слушателями и вызывает большее доверие к оратору. Даже если точность выражения в этих случаях несколько пострадает, это окупится безусловным пониманием речи.

Поль Сопер писал: «Публичная речь должна обладать качествами хорошего собеседования с некоторыми поправками в отношении голоса, манер и темы для полного соответствия с обстановкой выступления». Эта же идея выражена и Д. Карнеги: «Хорошее выступление — это, прежде всего, разговорный тон и непосредственность, несколько акцентированные. Говорите на заседании объединенного благотворительного фонда так же, как если бы вы разговаривали с Джоном Генри Смитом. Ведь члены фонда — не что иное, как сумма Джонов Генри Смитов». «Разговорность» ораторского выступления существенно повышает доверие к оратору, а значит — и к содержанию его речи.

5. Сдержанная эмоциональность. Эмоциональность — обязательное требование к публичному выступлению, абсолютно необходимый его элемент. Однако эмоциональность должна быть именно сдержанной, не должна выходить за пределы, в рамках которых она остается приятной для слушателей и оказывает положительное воздействие на восприятие информации. Нельзя не согласиться с П. Сопером, который писал, что слушатель испытывает чувство неловкости при виде эмоционального разгула оратора. Вспомним знаменитое: *«Александр Македонский, конечно, великий человек, но зачем стулья ломать?»*. В связи с этим предпочтительнее обращаться к фактам, вызывающим эмоции, нежели к самим эмоциям.

6. Выразительность речи. Нужно не только иметь, **что** сказать, но и иметь потребность это **выразить и сообщить** об этом другим. Слушатели должны видеть, что все это говорится именно для них, что именно они важны для оратора и оратору хочется, чтобы именно они узнали о том, что он им сообщает. Это качество публичного выступления можно назвать «обращенностью оратора к аудитории» — без такой обращенности выступление воспринимается и усваивается неизмеримо хуже. Искренность, потребность высказаться перед данной аудиторией должна быть видна, должна ощущаться на протяжении всего выступления.

Целям выразительности служит употребление в речи риторических фигур. **Риторические фигуры** — приемы речи, повышающие ее убедительность и силу воздействия. Самой сильной и эффективной риторической фигурой считается риторический вопрос, не требующий ответа. Эффективность этого приема в том, что он ненавязчиво подсказывает нужный ответ. Кроме того, риторический вопрос служит средством диалогизации ораторской речи, т. е. создает впечатление диалога между оратором и слушателями.

К важным риторическим фигурам относится повтор. Однако повторение мысли в одной и той же форме менее эффективно, чем в видоизмененной, поэтому следует наиболее существенно повторить несколько раз, меняя форму изложения. Например: *Нам нужна демократия. — Демократия нам необходима. Наше общество нуждается в демократии. Демократия — это то, без чего общество существовать не может.*

Такие риторические фигуры, как **анафора** (одинаковое начало фраз) и **эпифора** (повторение слова или словосочетания в конце фраз) усиливают интонационный колорит фразы, создают определенный эмоциональный настрой. Анафора фиксирует внимание слушателей на посылке, эпифора — на выводе, следствии. Например: *У нас есть опыт, у нас есть достаточные средства, у нас есть необходимые помещения, чтобы заняться этим делом и иметь успех.*

7. Установление контакта с аудиторией. Это требование относится к числу важнейших. Оно предполагает:

- 1) корректировку речи по ее ходу,
- 2) управление поведением аудитории,
- 3) управление собственным поведением. Контакт с аудиторией может установиться на сразу, его установление может потребовать некоторого времени и специальных усилий, приемов. Отметим лишь, что если оратор соблюдает предыдущие шесть требований к публичному выступлению, то контакт с аудиторией, как правило, устанавливается.

Приемы привлечения внимания

Практикой выработан целый ряд эффективных приемов привлечения внимания аудитории.

Вопросы к аудитории. Вопросы способны очень существенно активизировать аудиторию, «пробудить ее от спячки». Важно только, чтобы вопросы были простыми, то есть они могут быть и сложными по содержанию, но должны задаваться так, чтобы аудитория могла ответить просто «да» или «нет». Если аудитория долго не отвечает на заданный вопрос, нет смысла ждать момента, когда кто-то все-таки ответит — в таком случае оратор должен ответить на заданный вопрос сам.

Организация дискуссии. Если вы замечаете, что внимание аудитории падает, «заведите дискуссию» (О. Эрнст). Обычно используют «прием провокации»: на короткое время попробуйте вызвать у аудитории активное несогласие с вами — выскажите что-либо явно спорное, а затем разъясните свою позицию. Активизация внимания аудитории будет обеспечена.

Обращение к отдельным слушателям. Скажите: «Вы не согласны? Вы, я вижу, придерживаетесь другого мнения?». Активизирующую роль играют и чисто организационные вопросы, к которым тоже можно прибегать: «Вам не душно от окна? Товарищи, не душно здесь? Может быть, мне спуститься в зал — будет лучше слышно? Когда у вас обычно перерыв (обед)? Вы не подскажете, который сейчас час?» и т. д. Интересно, что вопросы к отдельным слушателям оказывают активизирующее воздействие на всю аудиторию.

Авансирование. Под авансированием понимается нарочитое затягивание сообщения важной или интересной мысли, идеи, некоторых подробностей, которые наверняка интересуют слушателей. В этом случае оратор лишь упоминает о том или ином факте и говорит: «Но об этом несколько позже»; «Об этом подробнее я расскажу потом» и т. д.

Акцентировка. Заметное активизирующее воздействие на аудиторию оказывает акцентировка оратором тех или иных слов, фраз, отдельных мыслей. Акцентировка может осуществляться разными способами, например, изменением темпа, ритма, нажима, интонации, паузами. По некоторым данным, до 70 % информации, передаваемой устным сообщением, избыточно, поэтому выделение главного в устной речи особенно необходимо. При монотонном, бесстрастном изложении показатели понимания значительно ухудшаются. По данным Е. А. Ножина, монотонность ухудшает понимание на 35—55 %, а неправильная смысловая акцентировка — на 72—87 %. Отсутствие звуковой акцентировки резко снижает активность аудитории, понижает уровень внимания. Как указывал О. Эрнст, «монотонной речью голод не утолишь, но сыт ею будешь по горло», поскольку монотонное изложение создает так называемый «эффект насыщения» — информация перестает восприниматься.

Можно использовать «вокальную спираль» — постепенное увеличение громкости и страстности к концу выступления. Этим приемом часто пользуются актеры, и весьма эффективно.

Акцентировка достигается правильной расстановкой пауз: необходимо делать паузы перед важным местом выступления. Несколько фраз, предшествующих важной мысли, надо произнести относительно быстро, а затем сделать паузу. Молодые лекторы часто боятся пауз, считают, что пауза будет воспринята слушателями как замешательство лектора или как отражение незнания им материала. Это не так: пауза помогает лучше воспринять то, что следует за нею. Необходимо предварять паузами цитаты; сами цитаты лучше читать медленно, медленнее, чем предшествующий и последующий текст. Акцентируют внимание и неожиданные паузы, от такой паузы любая аудитория сейчас же встрепенется. Правда, не следует увлекаться неожиданными паузами, иначе они начинают рассматриваться аудиторией как привычка оратора и перестают оказывать активизирующее воздействие.

Акцентировка может быть достигнута и лексическими средствами — специальными словами: *«прошу обратить внимание; вот что особенно важно; нужно подчеркнуть, что; вот что интересно»* и т. д. Наибольший эффект дает комбинирование звуковой и лексической акцентировки.

Неожиданное краткое отвлечение от темы. Данный прием действует весьма сильно, хотя им нельзя пользоваться многократно. Пример применения этого приема приводит А. А. Ивин: известный греческий оратор Демосфен, выступая в суде, заметил, что судьи рассеяны и невнимательны к его речи. Он прервал речь и стал рассказывать о человеке, который нанял осла у погонщика. Седок сел отдохнуть в тени осла, а погонщик сказал, что отдал внаем только осла, но не тень от него. Спор превратился в судебную тяжбу... Тут Демосфен умолк, а когда заинтересовавшиеся исходом дела судьи попросили его закончить, он с упреком сказал им: *«Басню о тени осла вы готовы слушать, а важное дело выслушать не желаете»*.

Физическое привлечение внимания. Можно активизировать восприятие слушателей, демонстрируя что-либо: *«Вот посмотрите сюда; Обратите внимание на диаграмму...; Взглянем на этот предмет...»* и т. д.

Отрыв от конспекта. Когда оратор начинает говорить без конспекта, аудитория обычно это замечает и уровень внимания аудитории повышается.

Усиление эмоциональности. Этот прием хорошо известен ораторам; но еще раз напомним, что рекомендуется использовать факты, вызывающие эмоции, отдавая

им предпочтение перед прямым усилением своих собственных эмоций в аудитории. Оратор должен быть в меру эмоционален.

Спуск в зал, приближение к слушателям. Этот прием тоже весьма действенен, однако не следует заходить слишком далеко в зал, так как иначе это будет выглядеть как контроль за тем, чем занимаются ваши слушатели. Не надо ставить их и себя в неудобное положение. Если вы заметили, что слушатели занимаются посторонними делами, не реагируйте на это.

Использование юмора. Юмор играет активизирующую внимание роль в том случае, если он использован правильно: юмора должно быть немного; не надо предварять шутку улыбкой или словами типа «А вот смешная история...»; не надо никак комментировать свою шутку. Нужно иметь в виду, что юмор может активизировать аудиторию два-три раза, не больше, в ином случае выступление просто начинает восприниматься как юмористическое и главного слушатели не уловят.

И еще два совета. Необходимо **делать более увлекательной, разнообразной и легко воспринимаемой вторую половину своего выступления** независимо от того, сколько времени длится само ваше выступление. О. Эрнсту принадлежит очень верное наблюдение: *«Вторая половина речи кажется слушателям вдвое длиннее первой (это кажется нелогичным, но находит психологическое подтверждение)», «последние десять минут торжественной речи длятся в три раза дольше, чем первые десять минут».*

И еще одно: помните **о законе края**. Этот закон гласит, что конец и начало запоминаются и воспринимаются лучше, чем середина. Поэтому, чтобы в середине вашего выступления не было «провала», необходимо середину речи сделать более разнообразной, более эмоциональной.

Логика ораторской речи

Логичность речи определяет соотношение речи и мышления, а именно соответствие общего логического строения текста замыслу автора. Логичная речь воспроизводит структуру мысли, позволяет проследить ее основу и развитие. Речь логична, если в ней правильно отражаются элементы реальной действительности и определяются понятия, объективно передаются их отношения, если она соответствует правилам операций с понятиями и законам мышления.

Для достижения логичности речи необходимо соблюдать законы логики — науки о правильном мышлении, приводящем к истинным выводам. Выделяют четыре основных логических закона, выражающих главные свойства логического мышления — его определенность, непротиворечивость, последовательность и обоснованность. Это **законы тождества, непротиворечия, исключенного третьего и достаточного основания**.

Закон тождества формулируется следующим образом: всякая мысль в процессе рассуждения должна быть тождественна самой себе, то есть на протяжении всего рассуждения мысль должна иметь устойчивое, неизменное содержание, чтобы не произошла подмена понятия. Нарушение закона тождества, в частности, связано с употреблением многозначных слов, если эта многозначность не устранена контекстом: *Долг врача — довести больного до конца!*

Закон непротиворечия гласит: два несовместимых друг с другом суждения не могут быть одновременно истинными; по крайней мере, одно из них необходимо ложно. Другими словами, утверждая что-либо о каком-либо предмете, нельзя, не противореча себе, отрицать

то же самое о том же предмете, взятом в то же самое время и в том же самом отношении. Сравним два утверждения: «*Все студенты нашей группы готовились к зачету*» и «*Ни один студент нашей группы не готовился к зачету*». Если речь идет об одном и том же временном отрезке (например, об одном дне) или об одной и той же учебной дисциплине, то эти высказывания не могут быть одновременно истинными. Если же говорится о разных периодах и разных учебных дисциплинах, то противоречия между высказываниями нет.

Закон исключенного третьего (действует только в отношении противоречащих друг другу суждений) предполагает, что два противоречащих друг другу суждения не могут быть одновременно ложными, одно из них необходимо истинно. В примерах «*Эти линии не пересекаются*» и «*Эти линии пересекаются*» применительно к одной из названных фигур истинным может быть только одно утверждение.

Закон достаточного основания утверждает: всякая мысль признается истинной, если она имеет достаточное основание. Достаточным основанием мыслей может быть личный опыт или другая, уже проверенная и установленная мысль. Нарушение закона достаточного основания представлено в следующих утверждениях: «*Эти две прямые параллельны, так как у них нет общих точек*»; «*Я не болен, так как у меня нет температуры*». В первом примере отсутствие общих точек не является доказательством параллельности прямых, поскольку для того, чтобы прямые были параллельными, необходимо, чтобы они принадлежали еще одной плоскости. Во втором случае отсутствие температуры также не является основанием для вывода о состоянии здоровья, так как болезни могут иметь другие симптомы помимо повышенной температуры.

Кроме следования логическим законам, логика речи предполагает умение пользоваться определенными логическими операциями, такими как определение и деление понятий, сравнение, анализ, абстрагирование, синтез, обобщение.

Нарушение логики речи в структуре предложения и текста приводят к появлению логических ошибок. Иногда недобросовестные ораторы намеренно используют нарушения логики в целях убедить аудиторию в своей правоте. Однако добросовестный и грамотный оратор не должен допускать логических нарушений в своей речи.

Наиболее распространенные логические уловки представляют собой ошибочный способ обоснования тезиса, который в силу учета психологических особенностей собеседника обладает убеждающим воздействием. Ошибочность обусловлена каким-либо логическим недочетом в доказательстве, что делает доказательство в целом неверным.

1. Подмена тезиса. Логическая ошибка в доказательстве, состоящая в том, что, начав доказывать некоторый тезис, постепенно в ходе доказательства переходят к доказательству другого положения, сходного с тезисом.

2. Использование ложных и недоказанных аргументов, утверждений. В качестве аргументов используются недоказанные, как правило, произвольно взятые положения: ссылаются на слухи, на расхожие мнения или высказанные кем-то предположения и выдают их за аргументы, якобы обосновывающие основной тезис. В действительности же доброкачественность таких доводов лишь предвосхищается, но не устанавливается с несомненностью.

Обычно подобные ложные аргументы сопровождаются фразами: «Как абсолютно всем известно...», «Кто же будет спорить с тем, что...», «Аксиомой, не требующей доказательств, является то, что...», «Само собой разумеется, что...», «Каждому известно, что...» — дабы рассеять возможные сомнения у простого слушателя.

К такого рода уловкам также относятся следующие:

- апелляция к личности оппонента, а не к его доводам;
- переход на личности: «Вы глупы и некрасивы, поэтому ваш тезис неверен»;
- поиск обстоятельств, заставляющих оппонента выдвигать данный тезис: «Вы говорите так, потому что являетесь заинтересованным лицом, и поэтому ваш тезис неверен»;
- указание на то, что оппонент сам поступает вопреки своим доводам: «Вы сами курите, поэтому ваши доводы о вреде курения неверны»;
- апелляция к большинству: «Все вокруг считают так, следовательно, это верно»;
- апелляция к авторитету: «Это мнение принадлежит авторитету, разве вы его не уважаете?»;
- апелляция к традиции: «Так считается с древнейших времен, потому это верно»;
- апелляция к милосердию: «Если вы не согласитесь с моим мнением, то разрушите мою жизнь»;
- апелляция к незнанию; отсутствие доказательств чего-то считается доказательством обратного: «Привидения существуют, так как никто не доказал, что их нет»;
- «аргумент к тошноте»; повторение тезиса (возможно, разными людьми) до тех пор, пока противная сторона не потеряет интерес к его оспариванию;
- апелляция к страху, аргумент с позиции силы: «Вас могут наказать, если вы не согласитесь с моим мнением»;
- выдача желаемого за действительное: «Я хочу, чтобы так было, значит, так и есть».

3. Мнимая логическая связь. Логическая уловка, при которой мнимая, желаемая логическая связь выдается за истинную.

4. «После» не значит «вследствие». «После этого, следовательно, вследствие этого» — логическая уловка, при которой причинно-следственная связь отождествляется с хронологической, временной.

5. Доказательство через то же самое. «То же посредством того же», «порочный круг» — логическая ошибка, при которой в определение или в доказательство скрыто вводится сам доказываемый тезис или определяемое понятие.

6. Приписывание утверждений. Логическая ошибка, которая заключается в приписывании одной стороной другой утверждений, которые на самом деле другая сторона не делала, но которые якобы вытекают из ее предыдущих утверждений.

7. Эквивокация. Ошибка, заключающаяся в использовании одного и того же слова в разных значениях в одном рассуждении. Это нарушение связано с явлением полисемии — свойством языковых единиц иметь несколько значений или выражать несколько понятий. В «Гисторических материалах» Козьмы Пруtkова повествуется о герцоге де Рогане, которому врач прописал принимать особое лекарство по двадцать капель *в воде*. Когда на другой день врач зашел к больному, тот сидел в холодной ванне и спокойно пил ложечкой прописанные капли. «Так и великие люди иногда тоже недогадливыми были», — заключает Козьма Пруtkов. И в самом деле, герцогу не хватило сообразительности отличить прием двадцати капель лекарства, растворенных в воде, от приема лекарства сидя по шею в воде.

Кроме того, логическая ошибка может крыться и в словесном оформлении речи.

Аристотель в книге «О софистических опровержениях» выделяет шесть видов «**софистических опровержений**», основанных на неправильном употреблении словесных выражений, которые актуальны и для современного русского языка:

- 1) одноименность (омонимия): например, «Хороший лук ему не мешает» (Слово лук может иметь значения — 1) растение, 2) оружие, 3) внешний вид человека). На основе этого нарушения иногда возникают неожиданные и нежелательные каламбуры: «Дайте наводку!», «Он же ребенок!», «Это просто пир духа!» и др.;
- 2) форма выражения: ошибки, связанные с формой выражения — смешением грамматических форм за счет одинаковости окончаний; подменой качества количеством и наоборот; отождествления результата с процессом, состояния — с действием и т. п.: «Оценка (как результат) работы предприятия дается в результате оценки (как процесс) его деятельности в течение года»;
- 3) смешение слов в силу неверного ударения или произношения звуков (например, *передохнуть* и *передохнуть*, *мэтр* и *метр*, *постель* и *пастель*);
- 4) двусмысленность (амфиболия): предложение двусмысленно и может толковаться двояко: «Казнить нельзя помиловать», «Покойника хоронили с музыкой и хором (одумавшись, последний откопали)», «Обеспечу уход пожилого человека»);
- 5) соединение (оксюморон): сочетание несочетаемого, противоречащая себе фраза (*Старый Новый год*);
- 6) разъединение: разделение целого на части и приписывание целому свойств частей. Например, «Пять — это три плюс два, три — нечетное число, два — четное, значит, пять — четное и нечетное число одновременно».

Оратор должен быть крайне внимателен к выбору, форме и порядку слов в речи, чтобы не допустить досадной оплошности, снижающей эффект его речи.

Коммуникативные качества речи в публичном выступлении

Известный советский лингвист А. М. Пешковский отмечал: «Если для общения людей вообще необходим язык, то для культурного общения необходим как бы язык в квадрате, язык, культивируемый как особое искусство, язык нормируемый».

При оценке многих явлений мы привыкли пользоваться критериями «хорошо» или «плохо». Подобные критерии аудитория предъявляет к оратору. Оцените с их помощью следующий текст.

Юная бьюти-консультант и ее бойфренд, известный блоггер, беседовали тет-а-тет. Она индифферентно смотрела вдаль, он апатично разглядывал свой айфон. Вдруг девушка решительно объявила своему визави, что в прошлый уик-энд видела его на презентации в компании топ-модели. «Адюльтер! В наших отношениях стагнация! Я тебе больше не нужна!» — заключила красавица и по ее лицу потек мейкап. Бойфренд назвал ее слова гнусной инсинуацией: «То, что ты видела, не любовное randevu, а всего лишь бизнес, промоушн нового глянца». Он заверял ее в своих чувствах и пообещал свозить ее в недельный шоп-тур по Европе. Консенсус был достигнут. Хэппи-энд.

Этот текст любопытен, забавен, но можно ли использовать подобный способ изложения во всех коммуникативных ситуациях? Безусловно, нет, скорее, этот вариант хорош для развлечения, для создания комического эффекта. Кроме этого, он может вызывать затруднение при его восприятии, он не совсем понятен и доступен. Почему?

Итак, хорошая это речь или плохая, нельзя решить вне учета коммуникативной ситуации, поставленных говорящим (пишущим) коммуникативных задач, отношений между участниками коммуникации, характера и свойств адресата речи.

Хорошая речь — это целесообразная речь, успешная для адресанта и эффективная для адресата. Хорошая речь строится в соответствии с литературными языковыми и этическими нормами и национальными традициями общения. Наконец, хорошая речь — это речь творческая, не повторяющая речевые штампы, а содержащая интересные образные выражения, речь, в которой использованы богатые выразительные возможности языка.

При подготовке текста публичного выступления следует обратить внимание на качества, свойственные хорошей речи.

Коммуникативные качества речи (качества хорошей речи) — свойства речи, обеспечивающие оптимальное общение сторон, то есть относительное единство замысла адресанта и восприятия адресатом речевого произведения. Адресант (автор) оформляет свой замысел в речи, адресат воспринимает речь и «расшифровывает» замысел автора. Абсолютное совпадение зашифрованного и расшифрованного невозможно (даже при общности языка и опыта общения люди имеют разный жизненный и языковой опыт, физические и психологические различия и др.), но к нему можно стремиться. В основе выделения коммуникативных качеств речи находится соотношение речи (текста) с языком и неязыковыми явлениями. Обычно выделяют следующие коммуникативные качества речи:

- правильность/грамотность (отражение соотношения речь — язык);
- точность (речь — действительность);
- логичность (речь — мышление);
- уместность (речь — адресат, речь — ситуация общения);
- богатство (речь — языковая компетенция автора);
- ясность (речь — адресат);
- краткость (речь — объем);
- чистота (речь — нравственность, речь — эстетика);
- выразительность (речь — эстетика).

Остановимся подробнее на каждом из них.

Правильность/грамотность речи — коммуникативное качество, которое возникает на основе соотношения речи и языка. Правильность речи — это соответствие ее языковой структуры действующим языковым нормам: нормам произношения, словообразования, лексическим, морфологическим, синтаксическим и стилистическим нормам.

Правильность речи составляет основу, фундамент культуры речи личности, но не ее жесткие рамки. Нормативность высказывания корректируется конкретными этическими, ситуативными, эстетическими факторами, под влиянием которых правильность может уступить место неправильности (например, в публичном выступлении для речевой характеристики персонажа или разговорной языковой игре).

Точность речи — важное коммуникативное качество, которое обеспечивает понимание мыслей говорящего собеседником. Точной можно считать речь, которая соответствует действительности (предметная точность) и авторскому замыслу (понятийная точность). Речь становится точной только тогда, когда автор речи, с одной стороны, точно знает, о чем и что именно он хочет сказать, чего хочет добиться своей речью, а с другой стороны, он на основе осознанного понимания своей речевой задачи отбирает из всех возможных языковых и речевых средств те, что позволяют наиболее успешно решить эту задачу.

В книге О. А. Бажовой «Ораторское искусство и деловое общение» приводится интересный пример, который показывает, насколько важна точность речи. Во время Великой Отечественной войны радист передал в штаб сообщение «Немцы идут обратно!». В штабе

поняли, что фашисты отступают. Радист использовал слово «обратно» в значении «снова», в результате чего советские бойцы, оставшись без подкрепления, были разгромлены.

Нарушение точности речи приводит к логическим ошибкам, некоторые из которых описаны Аристотелем в упомянутых выше «Софистических опровержениях» или приведены в качестве примеров в разделе нашего курса, посвященном лексическим нормам языка, однако скажем о них еще раз, чтобы обобщить представление о возможных лексических ошибках.

1. Неверный выбор стилистического синонима:

(неправильно) Все члены экипажа умерли в первые же минуты аварии;

(правильно) Все члены экипажа погибли в первые же минуты аварии.

2. Смещение контекстных синонимов — слов одной тематической группы:

(неправильно) Хочу поднять тост за хозяйку фирмы;

(правильно) Хочу поднять бокал за хозяйку фирмы или Хочу произнести тост за хозяйку фирмы. Бокал и тост — слова, относящиеся к одной тематической группе («застолье»), но имеющие разное значение и разную сочетаемость.

3. Смещение паронимов:

(неправильно) Земельный пол услан елочными ветками;

(правильно) Земляной пол услан еловыми ветками.

Смешаны паронимы: *земельный* «относящийся к земле» и *земляной* «сделанный из земли, находящийся в земле»; *устлать* (сов. вид от глагола *устилать*) и *услать* (сов. вид от глагола *усылать*); *елочный* «относящийся к елке, висящий на елке» и *еловый* «относящийся к ели, сделанный из ели».

4. Смещение антонимов:

(неправильно) Пирамидальные тополя названы так потому, что растут строго горизонтально;

(правильно) Пирамидальные тополя названы так потому, что растут строго вертикально.

5. Стечение антонимов — случайное неуместное употребление антонимичных слов:

(неправильно) Щель — узкое место, широко встречающееся в строительстве;

(правильно) Щель — узкое место, часто встречающееся в строительстве (слова *широкий* и *узкий* антонимичны в одном из значений, поэтому использовать их рядом без противопоставления не рекомендуется).

6. Нарушение фразеологизма:

(неправильно) Это сыграло большое значение в моей жизни;

(правильно) Это сыграло большую роль в моей жизни или Это имело большое значение... (смешаны фразеологизмы *играть роль* и *иметь значение*).

7. Лексический анахронизм — слово или выражение, не соответствующее описываемой эпохе:

(неправильно) Семейство Мармеладовых проживало в коммуналке (*коммуналка* — понятие XX в., поэтому в тексте о романе Ф. М. Достоевского это слово неуместно);

(правильно) Семейство Мармеладовых снимало угол у хозяйки Амалии Федоровны Липпевехзель — беднейшую комнату шагов в десять длиной.

8. Непреднамеренный оксюморон: Старый Новый год; жутко красивый, страшно добрый.

Логичность речи — коммуникативное качество речи, которое возникает на основе соотношения речи и мышления. Логичной можно назвать речь, которая соответствует законам логики. Остановимся еще раз более подробно на ошибках, связанных с нарушением законов логичности речи.

С нарушением закона тождества связаны ошибки на уровне логики понятий:

- подмена понятия (полная и частичная): *Язык героев Шолохова отличается от всех других героев;*
- неоправданное расширение или сужение понятия в результате смешения родовых и видовых понятий: *Мы читали произведения и поэмы А. С. Пушкина;*
- нечеткость разграничения конкретных и отвлеченных понятий: *Ученики прочитали идеи этого политического деятеля;*
- сопоставление логически неоднородных понятий: *Ищу мужа. Я еще молода. Рост высокий, талия тонкая. В хозяйстве, кроме того, имеется трактор* (объявление).

С нарушением этого же закона связаны и типичные ошибки на уровне логики суждений — неопределенность темы; соскальзывание с темы (замещение предмета изложения, несоответствие ответа вопросу, аргумента — тезису, несоответствие заголовка теме текста).

Последовательность и непротиворечивость текста обеспечивается **законом непротиворечия**, его нарушения связаны с совмещением в предложении противоречащих друг другу сведений:

Эта история длится почти год. Началась она в 1998 г. (Публикация 2005 г.).

В лесу было тихо. Рядом пела звонким голосом лирическую песню, перелетая с дерева на дерево, иволга. Где-то далеко куковала невидимая кукушка.

На нарушении этого закона может строиться комический эффект литературного произведения, то есть это нарушение может использоваться как средство художественной выразительности:

Подводная лодка в степях Украины

Погибла в неравном воздушном бою.

Можно также говорить о следующих типичных логических ошибках (алогизмах):

1. Соединение несоединимых понятий — употребление в однородном ряду слов, обозначающих логически несовместимые понятия (родовое и видовое, одушевленное и неодушевленное, пересекающиеся понятия и т. п.):

(неправильно) *Газета обратилась к молодежи и девушкам Екатеринбурга;*

(правильно) *Газета обратилась к юношам и девушкам Екатеринбурга или Газета обратилась к молодежи Екатеринбурга, в особенности к девушкам.*

2. Различение тождественного: *Молодые летчики и пилоты хорошо справились с учебным заданием* (летчики и пилоты — одно и то же).

3. Мнимое противопоставление — использование противительной конструкции там, где нет логического противопоставления: *Будучи невысокого мнения о теоретических достоинствах доклада, я, тем не менее, должен высказать отрицательное суждение о публичном выступлении в целом.*

Уместность речи — коммуникативное качество речи, которое заключается в соответствии языковых средств условиям общения. Уместность речи соответствует теме сообщения, его логическому и эмоциональному содержанию, составу слушателей или читателей, информационным, воспитательным, эстетическим и иным задачам письменного

или устного выступления. Уместность речи *охватывает разные уровни языка* (употребление словосочетаний, грамматических категорий и форм, синтаксических конструкций и целых композиционно-речевых систем).

Различают уместность речи **текстовую** и **ситуативную**.

1. Текстовая уместность заключается в целесообразности использования того или иного речевого средства в конкретном высказывании. Речевые средства должны соответствовать жанру и функциональному стилю текста. Например, неуместны слова и выражения официально-делового стиля в разговорной речи: *Ввиду отсутствия дисциплины наш класс не пошел в кино*. К. Чуковский, борясь с канцеляризмами, в своей книге «Живой как жизнь» приводит много примеров неуместного употребления канцеляризов в быденной речи и, в частности, такие: *Студент склоняется над плачущей девочкой: «По какому вопросу плачешь?» Отец, обращаясь к дочери, просит ее «поставить его в известность»*, если той придется задержаться в школе.

Также частым нарушением уместности речи является неумеренное и неуместное употребление заимствованных слов. Текст о бьюти-консультантке, с которого мы начали этот параграф, высмеивает это явление в современной речи, изобилующей заимствованиями из английского языка. Существует также много иных литературных примеров, относящихся к разным историческим периодам развития русского языка и русского общества, где неуместное употребление иностранных слов используется в комических целях. Так, следующий комический пример напоминает о времени засилья в быденной речи слов, заимствованных из французского языка: *«Же по улице марше, же пердо перчатку, же ее шерше, шерше, плюнул и опять марше»*.

2. Ситуативная уместность — соответствие речи ситуации общения, которое проявляется в построении высказывания с учетом ситуации, интересов адресата, уровня его образования, настроения и т. д.

Богатство речи — коммуникативное качество речи, которое возникает на основе соотношения речи и языка. Под богатством речи понимается использование разнообразных языковых средств в речи для достижения цели общения. Богатство речи зависит от активного и пассивного словарного запаса человека.

Под **активным словарным запасом** понимается совокупность слов, которые используются в речи.

Под **пассивным словарным запасом** — совокупность слов, которые понятны носителю языка, но он их не использует или использует очень редко, как правило, в подготовленной речи. Слова из пассивного словарного запаса можно перевести в активный путем регулярного использования в подготовленной речи. Богатство речи достигается стремлением разнообразить свою речь, наблюдением за речью других людей, чтением книг и т. д.

Богатство речи зависит от уровня владения языком и от содержания речи. Отдельно можно говорить об **интонационном богатстве**, которое выражается в устной речи: в изменении темпа речи, громкости голоса, тембра и т. п. Интонация позволяет выразить эмоции: существует вопросительная, повествовательная, восклицательная интонация. С помощью интонации выражаются смысловые отношения между отрезками предложения: интонация уточнения, пояснения, перечисления, противопоставления, сравнения и т. д. Интонация — важное средство логического ударения, которое необходимо для выделения какого-либо фрагмента текста.

Интонация позволяет передать множество смыслов при помощи одних и тех же лексических и грамматических средств. Например, выражение «*Замечательно!*» может звучать и восторженно, и иронично. Интонационное богатство тесно связано с лексическим, семантическим и синтаксическим богатством.

Лексическое богатство проявляется в использовании неповторяющихся языковых средств, которые несут смысловую нагрузку. Лексическое богатство речи зависит от словарного запаса участников общения. Лексическое богатство отражает также информативную насыщенность текста, то есть насыщенность мыслями, чувствами автора.

Грамматическое богатство — разнообразие морфологических и синтаксических средств, которые используются в речи.

Семантическое богатство — богатство смыслов, которые можно выразить в речи при помощи языковых средств. Семантическое богатство создается благодаря соединению слов друг с другом. Основой семантического богатства является богатство дополнительных эмоциональных, оценочных, стилистических, ассоциативных значений.

Под богатством речи понимается не только разнообразие языковых средств, но и их уместность и целесообразность.

В качестве нарушения богатства речи можно говорить о **бедности речи**, которое может проявляться в следующем:

- 1) в нецелесообразном повторении одного и того же слова в небольшом тексте (неоправданный лексический повтор);
- 2) в употреблении рядом или близко однокоренных слов (тавтология): *Писатель писал это произведение десять лет*;
- 3) в однотипности синтаксических конструкций.

Богатство речи позволяет отбирать слова в зависимости от аудитории. Богатство речи помогает сделать речь ясной, краткой, точной.

Богатство речи каждого носителя языка является результатом освоения языкового богатства, плодом целенаправленной работы над совершенствованием собственной речи. Например, словарь произведений А. С. Пушкина содержит более 20 000 слов, притом что словарный запас обычного современного человека составляет 3000 слов.

Богатство языка — база богатства речи. Богатство языка определяется наличием в нем многозначности слов, синонимов, антонимов, экспрессивной лексики, фразеологизмов и др.

Ясность речи — коммуникативное качество речи, которое возникает на основе соотношения речи и ее восприятия. Ясной является речь, смысл которой понимается адресатом без затруднений.

Основой ясности речи является точность и логичность.

Ясность речи — такое коммуникативное качество, которое всегда зависит от адресата, его эрудиции, образования и т. д.

К нарушениям ясности речи может привести:

- неточное словоупотребление: *Автомобиль потряхивает на булыжнике грунтовой дороги* (грунтовая дорога — дорога без покрытия, немошенная дорога); употребление в одном предложении двух противоречащих друг другу слов (*очень довольно-таки; точно, наверное*);
- использование терминов, неизвестных адресату. Поэтому в учебно-научных текстах значение терминов дается в основном тексте или в сносках, послетекстовом словаре и др.

В публицистике возможно описательное объяснение, образная *аналогия*, использование синонима. Речевая практика выработала несколько способов объяснения слов.

Наиболее рациональным способом толкования слов считается **логическое определение** (словарная дефиниция), дающее определение понятия через ближайший род и видовое отличие. Например, *логика — наука о законах и формах правильного мышления*. Распространенным является и **синонимический способ**, то есть объяснение с помощью подбора синонимов или целого синонимического ряда: *реставрация — восстановление, конфронтация — противопоставление, противоборство — столкновение*. Этот способ позволяет через знакомое слушателям слово раскрыть значение нового для них термина, понятия.

В некоторых случаях целесообразно использовать **описательный способ**, при котором смысл слова передается посредством описания самого предмета, понятия, явления. Нередко в такое толкование говорящий вкладывает свое понимание данного понятия.

При толковании слова полезно бывает обратиться к его происхождению, **этимологии**. Это позволяет глубже понять сущность используемых слов, их точный смысл, границы применения. Недаром сам термин «этимология» происходит от двух греческих слов: *etymon* — «истинный, верный» и *logos* — «смысл».

К неясности речи может приводить и немотивированное употребление жаргонизмов, диалектизмов, неологизмов и устаревших слов. Понимание этих слов во многом зависит от контекста (контекст играет разъяснительную роль).

Краткость речи — коммуникативное качество речи, которое заключается в соразмерности содержания речи ее объему. Это коммуникативное качество нарушается, если у говорящего или пишущего небогатый словарный запас, что приводит к неоправданным повторам, употреблению лишних слов в поисках нужного. Нарушение краткости речи может быть связано с отсутствием мыслей, незнанием предмета речи и стремлением при этом говорить красиво. Примером может служить ответ студента на экзаменационный вопрос, который был плохо изучен. Краткость речи требует особого умения оратора к «сжиманию» содержания текста, вычленению важного и «откидывания» лишнего.

Чистота речи — коммуникативное качество речи, которое заключается в отсутствии чуждых литературному языку элементов, а также элементов языка, отвергаемых нормами нравственности. Засоряют речь слова-паразиты — часто повторяющиеся слова, не несущие в себе информации, затрудняющие восприятие речи (*ну, так сказать, как бы, вот, это самое*). Кроме того, чистоту литературной речи нарушают диалектизмы, жаргонизмы, о которых мы говорили в первом разделе, вульгаризмы (лат. *vulgaris* — простой, грубый) — грубые просторечные, бранные и обценные (нецензурные) слова и выражения, варваризмы (греч. *barbaros* — чужеземец) — неоправданные заимствования из других языков, имеющие в русском языке эквиваленты, некоторые историзмы и архаизмы.

Все перечисленные группы слов и выражений (исключая историзмы) чужды современной литературной речи, однако отдельные слова и выражения могут быть в ней использованы со специальным стилистическим «заданием» — как средство речевой характеристики персонажа в художественном произведении, средство создания исторического или национального колорита, средство создания иронии, комического эффекта и т. п. Такое их использование называют цитатным.

Выразительность речи — это коммуникативное качество речи, которое возникает на основе соотношения речи и эстетики. Выразительность речи необходима для привлечения внимания слушателей, читателей к предмету речи.

Выразительность речи существует в двух разновидностях: **логической** и **эмоциональной**. Первая характерна для «строгих» стилей речи — официально-делового и научного, вторая — для публицистической, художественной, разговорной речи. В пределах второй разновидности выделяется такое качество речи, как изобразительность — создание наглядно-чувственных образов средствами языка и речи. И логическая, и эмоциональная выразительность могут быть реализованы открытым и скрытым способом. Открытый заключается в использовании интонационных и лексических средств, то есть внешних приемов, скрытый способ предполагает особые грамматические средства — лаконизм, размещение материала в тексте, конструкции предложений.

Выразительность речи поддерживается специальными языковыми и речевыми средствами, к которым относятся **тропы** и **фигуры речи**.

Тропы — это средства выразительности, основанные на переносе значения. Общепринятое и новое значение совмещаются, и возникает образ — нестандартное, выразительное представление обозначаемого. Наиболее распространенными тропами являются следующие: метафора, олицетворение, метонимия (и ее вариант синекдоха), гипербола, литота, ирония, аллегория, перифраза.

Тропы

Наименование тропа	Характеристика тропа	Пример употребления тропа
1. Аллегория	Иносказание, развернутое уподобление, складывающееся в систему намеков; из общественно признанных аллегорий складывается символика, характерная для данного общества	На примере басен сложились образы-символы: <i>трудолюбия, запасливости — пчела, власти — лев и т. д.</i>
2. Гипербола	Троп, основанный на заведомом преувеличении	<i>Стол ломится от яств</i>
3. Ирония	Троп, при котором слово или словосочетание приобретает противоположный смысл. Передается при помощи интонации, а также контекста, в котором используется высказывание	— <i>О мудрейший из мудрейших!</i> (Обращение к Ослу в басне). — <i>Ну ты молодец!</i> Оценка «отлично!» (о человеке, сделавшем глупость)
4. Литота	Троп, состоящий в заведомом преуменьшении	<i>В бюджете не осталось ни копейки</i>
5. Метафора	Основной троп, который заключается в переносе свойств одного объекта на другой по принципу их сходства	<i>Горит восток зарею новой...</i> (А. С. Пушкин)
6. Олицетворение	Словесное изображение неживого предмета в виде живого	<i>Солнышко улыбается, а небо дождем умывается</i>
7. Перифраза	Замена слова описательным выражением	<i>северная столица</i>
8. Метонимия	Перенос значения с целого на часть или на смежный предмет	<i>Я не хочу больше чаю. Я и так уже две чашки выпил. Весь университет горячо обсуждал выступление зарубежного гостя</i>

Если новое наименование возникает как синоним уже существующего в языке наименования и образность является смыслом его создания, то широкая употребительность образной номинации может привести к ее отрицательному восприятию, что обозначается термином «штамп». Например, штампами стали выражения *черное золото* (нефть), *люди в белых халатах* (врачи) и др.

Фигуры речи — приемы, основанные на соположении языковых единиц в тексте, то есть особые способы построения предложения. Фигуры речи делятся на два типа — **семантические** и **синтаксические**.

Семантические фигуры речи образуются соположением слов, словосочетаний или более крупных отрезков текста, связанных между собой сходством, противоположностью, несовместимостью, нарастанием или ослаблением интенсивности смысла. К ним относятся следующие фигуры речи: сравнение, антитеза, оксюморон, градация и т. д.

Семантические фигуры речи

Наименование семантической фигуры речи	Определение семантической фигуры речи	Пример употребления семантической фигуры речи
Антитеза	Противопоставление. Обладает хорошими выразительными свойствами и часто используется для структурирования всего текста	<i>Сильный губернатор — большие права, слабый губернатор — никаких прав</i>
Градация	Расположение высказывания в порядке смыслового или стилистического возрастания или убывания компонентов	<i>Пролетали дни, недели, месяцы годы</i>
Оксюморон	Соединение несочетаемых понятий	<i>заклятый друг; горячий снег</i>
Сравнение	В сравнении указываются оба сопоставляемых компонента	<i>Реклама похожа на сделку: информация о товаре — это продукт, а время зрителя — деньги</i>

Синтаксические фигуры речи реализуются в закреплённой синтаксической форме, не характерной для стилистически нейтрального выражения мысли. К ним относятся следующие фигуры речи: анафора, бессоюзие, параллелизм, парцелляция, повтор, эллипсис, эпифора и некоторые другие.

Наименование синтаксической фигуры речи	Определение синтаксической фигуры речи	Пример употребления синтаксической фигуры речи
Анафора	Одинаковое начало фраз	<i>Блажен, кто смолоду был молод, Блажен, кто вовремя созрел...</i> (А. С. Пушкин)
Эпифора	Одинаковый конец фраз	<i>Силы даны мне судьбой, Удача дана мне судьбой, И неудача — судьбой; Всё в мире вершится судьбою</i> (М. Гаспаров)

Наименование синтаксической фигуры речи	Определение синтаксической фигуры речи	Пример употребления синтаксической фигуры речи
Лексический повтор	Повтор одного и того же слова	<i>Вы слышите: грохочет барабан. Солдат, прощайся с ней, прощайся с ней. Уходит взвод в туман, туман, туман А прошлое ясней, ясней, ясней...</i> (Б. Окуджава)
Синтаксический параллелизм	Одинаковая синтаксическая структура предложений	<i>Летал сокол по небу, Гулял молодец по свету</i>
Бессоюзие	Бессоюзный перечислительный ряд, бессоюзные предложения	<i>Швед, русский колет, рубит, режет, Бой барабанный, клики, скрежет...</i> (А. С. Пушкин)
Эллипсис	пропуск элемента высказывания, как правило, глагола, легко восстанавливаемого в данном контексте или ситуации	<i>Мы села — в пепел, грады — в прах, В мечи — серпы и плуги</i> (В. А. Жуковский)
Парцелляция	Искусственное членение полного предложения на неполные	<i>«Приедут к часу открытия музыки и сидят до окончания всех номеров. И смотрят в одно направление»</i> (И. С. Шмелев) <i>«Ни дымных кухонь. Ни бездомных улиц. Двенадцать бьет. Четыре бьет. И шесть. И снова. Гулливер. Стоит. Суту- лясь. Плечом. На тучу. Тяжко. Опершись».</i> (П. Антакольский)

Любое выразительное средство должно использоваться в речи целесообразно, только тогда речевое взаимодействие будет эффективным.

Выразительность слова может быть использована как стилистическое средство для усиления образности речи, а богатый словарный запас оратора позволяет строить интересные высказывания.

Таким образом, оратор должен творчески подходить к своему публичному выступлению, подбирая слова и доходчиво излагая материал. Важно, чтобы понимание слова оратором и слушателями совпадало. Слова должны быть тщательно и правильно подобраны. Для этого необходимо проанализировать наличие **коммуникативных качеств** речи в письменном варианте публичного выступления. Это поможет сделать речь качественной, эффективной, целесообразной.

Вопросы и задания

1. Какие требования предъявляют к монологическому публичному выступлению:

- простота и доступность изложения;
- краткость;
- установление контакта с аудиторией;
- назидательный тон общения.

2. Установите соответствие между приемом привлечения внимания и его характеристикой:

Авансирование	Попытка вызвать у аудитории активное несогласие с вами на короткое время
Провокация	Постепенное увеличение громкости и страстности к концу публичного выступления
Вокальная спираль	Нарочитое затягивание сообщения важной или интересной мысли, идеи, некоторых подробностей, которые наверняка интересуют слушателей

3. Основой ясности речи являются:

- точность;
- выразительность;
- логичность;
- образность;
- эмоциональность.

4. «Всякая мысль в процессе рассуждения должна быть тождественна самой себе, то есть на протяжении всего рассуждения мысль должна иметь устойчивое, неизменное содержание, чтобы не произошла подмена понятия», — гласит закон _____.

- исключенного третьего;
- достаточного основания;
- тождества;
- противоречия.

УЧЕБНЫЕ ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 3

Тема 8. Учебное задание 1

Прочитайте текст и выполните задания после него.

Во введении оратор должен ответить своим слушателям на такие ключевые вопросы, как «о чем и зачем я говорю?», «что я хочу донести до слушателя?». Обозначив предмет выступления и сразу поставив перед собой и слушателями цель, вы помогаете аудитории настроиться на вашу волну. Кроме того, именно хорошее начало выступления задает тон всей вашей речи и формирует первое впечатление у слушателей. Как же начать выступление? Есть несколько типовых способов.

- Способ подкрепления. Связан с установлением со слушателями личных отношений, благодаря которым между участниками мероприятия возникает доверие и теплый контакт. Этот способ эффективен, но подходит далеко не всегда, так как в малознакомой аудитории он может сойти за панибратство и испортить все впечатление. Лучше используйте данный прием только в тех случаях, когда вы уверены в неподдельном дружественном к вам отношении аудитории.
- Способ повода. Во введении вы можете сразу обозначить реальный повод вашего выступления или найти другой подходящий повод своей речи. Повод должен отчетливо и убедительно показывать важность проблематики вашего предстоящего выступления и быть напрямую связан с содержанием речи. Это может быть небольшое происшествие, важная дата, личное переживание, анекдот, актуальное в данной ситуации сравнение и многое другое.
- Способ побуждения к размышлению. Выгодным началом выступления также может стать прием, позволяющий оратору сразу придать импульс мыслительной активности слушателей, задав им интересную задачу для размышления. Это максимально эффективно,

если аудитория заинтересована и активна. Кроме того, подобное вступление уместно в том случае, если в своей речи вы планируете делать нетривиальные выводы.

- Прямой способ. И наконец, во введении можно сразу перейти к сути дела, безо всяких ухищрений. Эта техника подходит для тех случаев, когда нужно быстро произнести речь, когда слушатели ждут самой сути. Такой метод является наиболее прямолинейным, он характерен для коротких деловых сообщений.

Найдите соответствие между способом начала выступления и примером к этому способу.

Способ подкрепления	Жители Екатеринбурга! Как вы думаете, сколько человек ежедневно интересуются новостями о подготовке к чемпионату мира по футболу 2018 года в нашем городе, прибегая к запросам в поисковых системах?..
Способ повода	Дорогие друзья! Когда-то я, как и вы сейчас, задумался о важности изучения гуманитарных наук...
Способ побуждения к размышлению	Уважаемые слушатели! Сегодня я планирую вам рассказать о том, как научиться преодолевать страх перед публичным выступлением...
Прямой способ	Коллеги! В преддверии такой знаменательной для всех нас даты — 25-летия со дня создания Московской торгово-промышленной палаты, я хочу посвятить свое выступление ключевым и актуальным на настоящий момент вопросам, имеющим кардинальное значение не только для дальнейшего развития рынка наружной рекламы, но также и для развития среднего и малого предпринимательства в целом...

Тема 9. Учебное задание 2

Проанализируйте содержание лекции о коммуникативных качествах речи.

Укажите определения, соответствующие коммуникативным качествам речи.

соответствие языковым нормам	правильность
соответствие действительности и авторскому замыслу	
соответствие законам логики	
соответствие условиям общения	
использование разнообразных языковых средств	
соразмерность содержания объему	
отсутствие чуждых литературному языку элементов и элементов языка, отвергаемых нормами нравственности	

Контрольные задания

1. Повлиять на мнение и действие слушающего — это цель такого типа речи как:
 - гедонистическая;
 - аргументирующая;
 - информирующая;
 - эвристическая.
2. Жанры выступления, которые относятся к аргументирующей речи:
 - лекция, сообщение, доклад;
 - выступление на митинге, судебная речь, речь на дебатах;
 - поздравление, речь на открытии мероприятия, благодарственное слово;
 - заявление, расписка.
3. Характеристики, которые соответствуют критериям качественно подобранной темы:
 - интересовать и волновать оратора;
 - иметь конкретную формулировку;
 - содержать в себе острую проблему;
 - быть актуальной.

4. Качество речи, которое характеризуется соблюдением не только языковых, но и этических норм:

- точность;
- чистота;
- правильность;
- богатство.

5. Канцеляризм неуместно используется в предложении:

- Механизм работы авиационного страхового рынка включает отслеживание состояния обеспечения безопасности полетов;
- Вышеупомянутые дети не пришли в детский садик ввиду болезни;
- Согласно распоряжению декана вход на факультет производится только при предъявлении студенческого билета;
- Вследствие изменения расписания движение поездов было приостановлено.

6. Нарушена краткость речи в предложениях:

- Теперь настало время образно живописать картину;
- Какие доходы вы зарабатываете;
- При общении с людьми я предпочитаю слушать;
- Эмоции можно выражать по-разному.

7. Коммуникативные качества речи:

- правильность;
- логичность;
- чистота;
- простота;
- доброта.

8. Законы логики нарушены в предложениях:

- Кроме прочих титулов Демидов числился и российским посланником во Франции;
- В этом общем каравае есть капли пота Максима, его трудовые мозоли;
- Проведен опрос студентов, мирно стоящих около деканата;
- Самым популярным местом быстрого питания оказался Мак Пик.

9. Публичная речь включает следующие компоненты:

- вступление, основная часть, заключение;
- зачин, введение, основная часть;
- вступление, сообщение темы, доказательство;
- вступление, сообщение темы, концовка.

10. Для основной части публичной речи характерно:

- сообщение информации;
- обоснование собственной точки зрения;
- прощание с аудиторией;
- приветствие слушателей.

11. Требование, которое предъявляется к тезису:

- быть истинным;
- противоречить аргументу;
- быть двусмысленным;
- состоять из двух предложений.

12. Тип расположения аргументов, которому соответствует характеристика: «сначала приводятся самые сильные аргументы, затем менее сильные, а завершается выступление выводом или эмоциональной просьбой, побуждением к действию»:

- дедуктивный;
- индуктивный;
- восходящей аргументации;
- нисходящей аргументации.

13. Тип расположения аргументов, которому соответствует характеристика: «излагаются и позиция «за», и позиция «против», что дает возможность аудитории сопоставить обе точки зрения и выбрать одну из них»:

- дедуктивный;
- индуктивный;
- восходящей аргументации;
- односторонней аргументации;
- двусторонней аргументации.

14. Ошибка, заключающаяся в использовании одного и того же слова в разных значениях в одном рассуждении, — это характеристика такой логической уловки, как:

- использование ложных и недоказанных аргументов;
- мнимая логическая связь;
- подмена тезиса;
- эквивокация.
- доказательство через то же самое.

15. Противопоставление одного предмета другому:

- антитеза;
- литота;
- анафора;
- эпифора.

16. Высказывание, служащее для обоснования тезиса:

- аргумент;
- амфиболия;
- антитеза;
- анафора.

17. Какой этап осуществления публичного выступления предназначен для того, чтобы оратор вступал в контакт со слушателями, применял все подготовленные приемы, разыгрывал речь, используя мимику, жесты, телодвижения, устанавливал и поддерживал контакт со слушателями?

- диспозиция;
- элокуция;
- меморио;
- акцию.

18. Какой этап осуществления публичного выступления предназначен для того, чтобы оратор редактировал текст, подбирал приемы, способствующие лучшему восприятию речи слушателями, запоминал текст и репетировал?

- диспозиция;
- элокуция;
- меморио;
- акцию.

19. Какой этап осуществления публичного выступления предназначен для того, чтобы оратор выражал собственные мысли в конкретных словах и предложениях:

- диспозиция;
- элокуция;
- меморио;
- акцию.

20. Какая речь применяется, если цель говорящего — обсудить проблему с помощью партнера, найти истину:

- информирующая;
- аргументирующая;
- агитирующая;
- эвристическая;
- эпидейктическая;
- гедонистическая.

РАЗДЕЛ 4. ПИСЬМЕННАЯ ФОРМА ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

ТЕМА 10. ОСОБЕННОСТИ ПИСЬМЕННОЙ КОММУНИКАЦИИ В ДЕЛОВОЙ СФЕРЕ

Особенности письменной речи

Письмо, или письменная речь, — один из двух продуктивных видов речевой деятельности, дополнительное к звуковой речи средство общения — выражение мыслей и чувств с помощью графических знаков.

Письменная речь служит для опосредованного общения, так как письменное высказывание обычно читается адресатом спустя некоторое время после его написания. Таким образом, письмо является важнейшим способом хранения информации. Письменная речь вторична по отношению к говорению и базируется на его основных механизмах. Однако

современная письменная речь характеризуется многими собственными правилами и закономерностями, отличными от правил и закономерностей звучащей речи.

Главное отличие письменной речи от устной состоит в невозможности опоры на ситуацию, следствием чего является необходимость воссоздавать ситуацию речевыми средствами в публицистической, художественной, разговорно-письменной речи.

Для научной и официально-деловой речи такая опора не нужна, поскольку данные стили абстрагированы от ситуации. Второе отличие связано с отсутствием непосредственного контакта речевых партнеров. Вследствие этого в письменной речи приходится предавать вербально ту информацию, которая в устном общении передается интонацией, мимикой и другими паралингвистическими средствами. В результате письменная форма выражения характеризуется большей вербальной развернутостью, лексической и синтаксической сложностью. Письменная речь в основном использует книжную лексику. Для синтаксиса характерны сложные предложения с большим количеством причастных и деепричастных оборотов, рядов однородных членов. Поскольку письменная речь ориентирована на зрительное восприятие, она обладает четкой структурной организацией, т. е. делением на разделы и параграфы, абзацными отступами, нумерацией страниц, системой ссылок и т. п.

Вопросы и задания

1. Письменная речь _____ по отношению к говорению.
2. Главное отличие письменной речи от устной состоит в:
 - невозможности опоры на ситуацию;
 - выразительности мыслей и чувств с помощью графических знаков;
 - продуктивности;
 - опосредованности общения.
3. Письменная речь в основном использует _____, порядок слов в предложениях, как правило, прямой.

Интернациональные свойства письменной деловой речи

Формирование официально-деловой письменной речи во всех языковых культурах обусловлено развитием государственности, аппарата управления и связано с необходимостью документально закреплять правовые отношения юридических и частных лиц.

Интернациональные свойства делового письма — следствие универсальности задач, которые оно призвано решать, а именно служить инструментом делового общения, языковым средством фиксации (документирования) управленческой, деловой, служебной информации.

К служебной информации предъявляются общие требования:

- достоверность (объективность);
- актуальность (необходимость, новизна, своевременность);
- убедительность (аргументированность);
- полнота (достаточность информации).

Документирование — это регламентированный процесс записи информации на бумажном или электронном носителе, обеспечивающий ее юридическую силу.

В деловом общении документирование имеет особое значение. Ссылка на какую-либо устную договоренность может быть опровергнута или подвергнута сомнению, но если данная договоренность или распоряжение имеют форму документа, то ссылка на него обоснована юридически.

Правила документирования устанавливаются правовыми актами каждого государства или вырабатываются традицией.

Итог документирования — создание документа. В социальном плане любой официальный документ полифункционален, что позволяет ему удовлетворять различные потребности человека.

Функции документа делятся на общие и специальные.

Среди **общих** функций выделяются:

- информационная — любой документ создается для сохранения информации;
- социальная — документ является социально значимым объектом, поскольку порожден той или иной социальной потребностью;
- коммуникативная — документ выступает в качестве средства связи между отдельными элементами общественной структуры, в частности, между учреждениями;
- культурная — документ является средством закрепления и передачи культурных традиций, этапов развития цивилизации.

Специальными функциями являются:

- управленческая — документ является инструментом управления (например, плановые, отчетные, организационно-распорядительные документы);
- правовая — документ является средством закрепления и изменения правовых норм и правоотношений в обществе (например, законодательные и правовые нормативные акты, документы, приобретающие правовую функцию временно, на период судебного разбирательства);
- функция исторического источника — документ выступает в качестве источника исторических сведений о развитии общества.

Перечисленные функции имеют интернациональный характер и определяют общие для разных языковых культур требования к документу.

Вопросы и задания

1. К служебной информации предъявляются общие требования: достоверность, актуальность, _____, полнота.

2. Итог документирования:

- отбор служебной информации;
- поиск источников информации;
- создание документа;
- архивирование.

Жанровое разнообразие письменной деловой речи (типы и виды документов)

Документы занимают в жизни современного делового человека значительное место, они регулируют его социальную жизнь. Поэтому с необходимостью правильно истолковывать документы и правильно их составлять сталкивается каждый. Значимость документа, его роли поддерживается на государственном уровне: официальные бумаги подвергаются стандартизации, поэтому требования к составлению документов утверждаются законодательно через ГОСТ (Государственный стандарт).

Документы описывают самые разнообразные ситуации, возникающие в жизни человека, и для каждого из них существует свой способ описания, свой жанр. Тексты определенного жанра составляются по шаблону, модели, задаваемой этим жанром. Чаще всего

автор, создающий документ, не выбирает то или иное языковое средство из ряда синонимичных, а воспроизводит то, которое диктуется ему жанром. Так, для заявления о приеме на работу используется стандартная фраза «*Прошу принять меня на работу в качестве...*» и невозможна «*Хочу работать у вас*».

Существует два типа документов:

- **служебная документация** — документы, регламентирующие деятельность учреждений и их работников, органов управления и граждан, им подвластных;
- **официально-деловая переписка** — документы, фиксирующие отношения между различными учреждениями и их работниками, связанными деловой и коммерческой деятельностью.

В рамках служебной документации выделяют группы жанров (см. рис.), объединяемых по ряду признаков — функциональному, содержательному, временному (по срокам исполнения):

- личные документы (автобиография, анкета, резюме, заявление, доверенность и др.);
- распорядительные документы (постановление, приказ, распоряжение и др.);
- административно-организационные (договор, контракт, отчет, устав и др.);
- информационно-справочные (акт, выписка, докладная записка, справка и др.).

Жанры официально-деловой переписки определяются в первую очередь целями, которые ставит перед собой составитель:

- письмо-приглашение содержит информацию о проведении мероприятия и приглашение адресату принять в нем участие;
- письмо-подтверждение указывает на согласие адресанта с предложениями адресата;
- гарантийное письмо — в нем говорится об обязательствах, которые берет на себя адресант перед адресатом.

Вопросы и задания

1. Документы, регламентирующие деятельность учреждений и их работников, органов управления и граждан, им подвластных, — это _____ документация.

2. Документы, фиксирующие отношения между различными учреждениями и их работниками, связанными деловой и коммерческой деятельностью, — это _____.

3. Документы, к которым относятся законы, постановления, решения, приказы, — это:

- директивные и распорядительные;
- административно-организационные;
- личного состава работающих;
- деловая переписка.

ТЕМА 11. ТРЕБОВАНИЯ К ЯЗЫКУ И СТИЛЮ ПИСЬМЕННОЙ ДЕЛОВОЙ РЕЧИ

Язык и стиль документов

Документируемая информация должна излагаться предельно ясно, четко и недвусмысленно — это основное требование письменного делового общения. Поэтому к языковым средствам и стилю изложения информации в документе предъявляются особые требования:

- однозначность используемых слов и терминов;
- нейтральный тон изложения;
- соблюдение лексических, грамматических, стилистических норм, обеспечивающих ясность и точность изложения;
- смысловая достаточность и лаконичность текста.

Требования к языковым средствам и стилю изложения информации в документе			
однозначность используемых слов и терминов	нейтральный тон изложения	соблюдение языковых норм	смысловая достаточность и лаконичность текста

Невыполнение этих требований затрудняет работу с документами и лишает их юридической и практической значимости или снижает ее.

Смысловая точность письменного высказывания обусловлена точностью словоупотребления, то есть использования слов в соответствии с их значениями.

Слово в тексте документа должно употребляться только в одном значении, принятом в официально-деловой письменной речи. В связи с этим особое внимание следует уделить различению **паронимов** (*представить* (предъявить, показать) — *предоставить* (дать что-либо в пользование, распоряжение кому-то): *представить отчет* — *предоставить справку*; *гарантийный* (содержащий гарантию, служащий гарантией) — *гарантированный* (обеспеченный законом, договором): *гарантийный талон* — *гарантированный отдых* и т. п.).

Смысловые нарушения в текстах документов могут быть вызваны неверным выбором синонима, невниманием к оттенкам значений **слов-синонимов** и **лексической сочетаемости в глагольно-именных оборотах**. Так, слова в синонимическом ряду *построить* — *возвести* — *соорудить* — *воздвигнуть* различаются и стилистически, и оттенками значения и, как следствие, имеют разную сочетаемость. Можно сказать *построить дом, соорудить мост, возвести башню* и нельзя — *воздвигнуть склад, соорудить дом, возвести школу*.

Нежелательно использовать в текстах документов **профессионализмы** (*дострой* вместо *завершение строительства*; *вечерники* вместо *студенты вечернего отделения*).

При употреблении **профессиональных слов — терминов** — необходимо позаботиться о том, чтобы они были понятны не только автору, но и адресату. Для этого следует прибегнуть к толкованию термина, уточнить его значение с помощью нейтральных слов или вообще заменить его общепонятным словом. Например, *Невыполнение договора вызвано форс-мажорными обстоятельствами (ливневыми дождями размыло пути сообщения с заводом)*.

Трудности в восприятии текста создает неоправданное употребление **заимствованных слов**. В случае наличия в языке эквивалентного иноязычному русскому слова следует использовать его для обозначения понятия. *Реклама* лучше, чем *паблисити*; *обращаться* лучше, чем *апеллировать*.

Вопросы и задания

1. Требования к языковым средствам и стилю изложения информации в документе:

- однозначность используемых слов и терминов;
- употребление жаргонизмов и просторечных слов;

- нейтральный тон изложения;
- соблюдение лексических, грамматических, стилистических норм, обеспечивающих ясность и точность изложения;
- эмоциональность;
- смысловая достаточность и лаконичность текста.

2. Смысловая точность письменного высказывания обусловлена _____.

Унификация деловой письменной речи

Требования к языку и стилю документов отражают и закономерности действия языковой нормы в официально-деловой письменной речи.

Одно из ведущих требований, предъявляемых к деловым бумагам, — это требование **унификации**, однообразия выражения языковых средств.

Безусловно, любой документ должен быть составлен с соблюдением орфографических, грамматических и пунктуационных норм.

Основная задача **орфографических норм** — унификация написаний слов, которые разными людьми могут по-разному произноситься. Орфография — это своеобразная сетка, которая накладывается на язык, чтобы привести его к единому графическому изображению в целях однозначного понимания лексем.

Подробно рассматривать орфографические и пунктуационные нормы в этом курсе нет возможности, однако можно обратить внимание на некоторые орфограммы и грамматические особенности, часто встречающиеся в деловых бумагах.

Правописание производных предлогов

Определенную трудность представляет правописание производных предлогов, поскольку они омонимичны по отношению к самостоятельным частям речи, от которых образованы, но отличаются написанием.

- Предлоги **в течение, в продолжение**, которые пишутся отдельно с предлогом **в**, но с суффиксом **е** в конце слова, следует отличать от существительных в предложном падеже *в течении, в продолжении*. Предлоги **в течение** и **в продолжение** употребляются в тексте с существительными со значением временного срока, например, *в течение ночи, в продолжение часа*. Они являются абсолютными синонимами и поэтому взаимозаменяемы в контексте: *в течение часа, в продолжение ночи*.
- Также следует помнить о правильном написании предлогов и предложных сочетаний: **в отличие от, в отсутствие, во избежание, во изменение, во исполнение, в заключение, в завершение, в силу, за неимением, за отсутствием, при отсутствии, при наличии, вроде, наподобие** (перечисленные предлоги употребляются с существительными в родительном падеже).
- Слитно пишутся производные предлоги **навстречу, наподобие, вследствие, насчет, ввиду, вроде**: навстречу ему, наподобие шара, вследствие проливных дождей, узнать насчет поездки, ввиду отмены занятий, форма вроде ромба.
- Предлоги **вследствие** и **ввиду**, которые пишутся слитно с **в** и предлог **вследствие** — с суффиксом **е**, следует отличать от существительных с предлогом **в виду** и **в следствии**.

Предлоги **вследствие** и **ввиду** также являются синонимичными и имеют значение «по причине, из-за» (употребляются в основном в официально-деловом стиле речи): *Дело*

отправлено на исследование ввиду вновь открывшихся обстоятельств. Дороги размыты вследствие сильных дождей, идущих повсеместно.

Существительное с предлогом **в виду** имеет значение зрительного восприятия: *Корабль стоял в виду берега*. Также оно употребляется в устойчивом выражении **иметь в виду**.

Существительное **в следствии** имеет значение конкретного следствия: *В следствии по делу обнаружили новые улики*.

Кроме того, следует отличать предлог **вследствие** от наречия **впоследствии**. Наречие, в отличие от предлога, являясь самостоятельной частью речи, употребляется в предложении независимо от существительных, имеет общее грамматическое значение времени, отвечает на вопрос **когда?** и может быть заменено синонимами *потом, через какое-то время*: *Впоследствии я узнал, с каким трудом получило признание это важнейшее открытие*.

Предлоги **несмотря на, невзирая на**, образованные от деепричастий, пишутся с **не** слитно.

Во избежание частых грамматических ошибок следует помнить, что предлоги **согласно, благодаря** и **вопреки** (образованные от наречий и от деепричастия соответственно) употребляются со словами в **дательном падеже**: **согласно (кому?, чему?), благодаря (кому? чему?), вопреки (кому? чему?)**:

- согласно правилам, договору, тарифу и т. п.;
- благодаря труду, таланту, обстоятельствам и т. п.;
- вопреки приказу, договоренности, правилам и т. п.

Унификация сокращений

К стандартным аспектам языка деловой письменной речи, как особый вид орфографических норм, относится унификация (единообразие) сокращений и собственных имен — названий учреждений. Сокращаются слова, словосочетания, характеризующиеся высокой частотностью употребления, а также термины, названия организаций, известные правовые акты, своды законов, текстовые обозначения и т. д. Сокращения в текстах документов подчиняются определенным правилам:

- сокращения должны быть единообразны на протяжении всего документа — недопустимо сокращать одно и то же слово по-разному или писать его в одном месте полностью, а в другом сокращенно;
- нельзя сокращать слово, если оно является единственным членом предложения;
- не допускается сокращение, если оно может повлечь за собой разные толкования, двусмысленность в восприятии фразы;
- не допускается сокращение слова до одной буквы, кроме случаев традиционных текстовых сокращений, которые определены ГОСТом (например, *г.* — год, *л.* — лист, *р.* — река).

В текстах документов все сокращения слов и наименований должны быть общепринятыми и понятными. В настоящее время стандартизированы следующие виды сокращений:

- почтовые сведения: *г.*, *обл.*, *р-н*, *п. я.*, *ст.*, *отд.* и т. п.;
- наименования должностей и званий: *проф.*, *член-корр.*, *канд. техн. наук*, *зав.*, *зам.*, *и. о.*, *пом.* и т. п.;
- названия документов: *ГОСТ*, *техплан*, *ТЗ*, *спецзаказ* и т. п.;

- указания на время: г., гг., в 1996/97 отчетном году, 11.10.2016, в 11:30;
- денежные единицы: 2000 руб., 80 коп., возможно 2000 р. 80 к.; 4 тыс., 6 млн.
- текстовые обозначения: т. д., т. п., см., пр., напр., др., с., гл., с. г.

Правила использования сокращений и сложносокращенных слов

1. Географические названия, обозначение времени, количественные определения и т. п. сокращают:
 - перед словом, к которому они относятся: *оз. Глубокое* (озеро), *г. Орел* (город);
 - после числительных: *8 тыс.* (тысяч) *станков*, *10 млн.* (миллионов) *рублей*.
2. Названия ученых степеней, званий или профессий могут сокращаться в тексте непосредственно перед фамилиями: *акад.* (академик) *Семенов*, *инж.* (инженер) *Кравцов*.
3. Сложносокращенные названия, образованные из начальных букв, пишут прописными буквами (МГУ). В названиях, образованных по смешанному принципу, буквенные сокращения пишутся прописными буквами, слоговые сокращения — строчными (НИИстройдормаш — Научно-исследовательский институт строительного и дорожного машиностроения).

Условия использования сокращений и сложносокращенных слов

1. Минимальное использование сокращений (если сокращений много, официальный тон документа снижается).
2. Однозначная расшифровка сокращения.
3. Понятность сокращения. При первом употреблении в тексте сокращение должно быть расшифровано в скобках, а затем может использоваться в сокращенном виде: *Российская академия государственной службы (РАГС)*, затем в тексте только *РАГС*.
4. Невозможность сокращений ключевых слов.
5. Унификация написания сокращений в пределах одного текста.

При возникающих вопросах необходимо использовать «Словарь сокращений русского языка».

Написание названий организаций и учреждений

С прописной (заглавной, большой) буквы:

- пишутся все слова, кроме служебных, в названиях высших правительственных, государственных и международных организаций и учреждений страны: *Верховный Совет Российской Федерации*, *Организация Объединенных Наций*;
- пишется первое слово в названиях центральных учреждений, общественных организаций: *Министерство промышленности Российской Федерации*, *Федерация независимых профсоюзов России*;
- пишется первое слово и собственные имена в названиях научных, учебных заведений, учреждений культуры, торговых и промышленных предприятий: *Академия наук России*, *Музыкальное училище им. Гнесиных*, *Политехнический музей*, *Первый московский часовой завод*;
- пишется индивидуальное определение с индивидуальным названием: *Государственная Третьяковская галерея*, *Центральный Дом журналиста*.

Правила цитирования

Цитата — это включение чужой речи в текст. Выделяют следующие виды цитирования: точное, косвенное, ссылку. Точная цитата заключается в кавычки. При точном цитировании необходимо указать источник, страницы в источнике, сохранить знаки препинания, членение текста, элементы акцентирования (курсив и др.). Если в цитируемом тексте есть графическое выделение какого-либо фрагмента, то следует в скобках указать на их принадлежность автору исходного текста.

Цитата должна сохранять особенности написания высказывания в первоисточнике, необходимы обозначение пропущенного фрагмента текста многоточием и ссылка на источник.

1. Если цитата представляет собой самостоятельное предложение, то должна начинаться с прописной буквы.
2. Цитата начинается со строчной буквы, если является частью предложения.
3. После двоеточия цитата начинается со строчной или с прописной буквы в зависимости от написания в источнике.
4. Если цитата предшествует авторским словам, то начинается с прописной буквы, даже если в источнике пишется со строчной.
5. Если цитируется только часть предложения, то вместо пропущенного текста ставится многоточие.
6. Если цитата приводится не из первоисточника, необходимо указать «Цит. по: ...».
7. Если цитата вводится в текст как самостоятельное предложение и в конце цитаты стоит многоточие, вопросительный или восклицательный знак, то после кавычек не ставят никакого знака.

При косвенном цитировании допускаются модификации исходного текста без искажения смысла.

Оформление библиографического описания

Оформление библиографического описания бывает необходимо как в научной, так и деловой письменной речи.

Библиографический список располагается после заключения на отдельном листе и отражает использованную в работе литературу. В качестве заглавия библиографического списка можно использовать стандартные названия: «Список литературы», «Литература».

Существует три основных способа построения библиографического списка: алфавитный, хронологический и нумерационный.

Алфавитный список строится с учетом расположения букв первого слова. Если первое слово повторяется в названии источника, на расположение влияют первые буквы отдельных слов в названии.

В **хронологическом списке** расположение библиографического описания зависит от хронологии опубликования работы. Издания одного года располагаются в алфавитном порядке.

Нумерационный список содержит библиографические описания в том порядке, в котором даются первые отсылки к источникам в основном тексте. Нумерационное построение упрощает связь списка с основным текстом.

Список литературы оформляется согласно соответствующему ГОСТу (7.1.—2003 для печатных и Р 7.0.83—2013 для электронных изданий). Источники разделяют на две группы: традиционные и электронные; отдельно можно представить словари и справочники в том случае, если тема публичного выступления предполагает постоянное обращение к ним и активное их цитирование. Внутри каждого раздела источники перечисляются в алфавитном порядке.

Вопросы и задания

1. Случаи использования сокращений и сложносокращенных слов в деловой письменной речи:

- имена и фамилии сотрудников;
- географические названия, обозначение времени, количественные определения;
- названия ученых степеней, званий или профессий;
- наименования жанров деловых бумаг;
- сложносокращенные названия, образованные из начальных букв.

2. Основные способы построения библиографического списка:

- хронологический;
- алфавитный;
- нумерационный;
- этический;
- метаязыковой;
- субъективный;
- лингвистический.

3. Список литературы оформляется согласно соответствующему:

- ГОСТу;
- СНиПу;
- каталогу;
- перечню;
- авторству;
- профессионализму.

4. Предлагаем обсудить: как организовать отбор материала для составления текста публичного выступления?

Речевой этикет в письменной деловой речи

Степень владения речевым этикетом определяет степень профессиональной пригодности человека. Это прежде всего относится к людям тех профессий, которые предполагают постоянное общение с людьми или коллегами: государственным служащим, педагогам, врачам, менеджерам, работникам сферы обслуживания и т. д.

Речевой этикет определяется ситуацией общения. Этикетные отношения между участниками письменной коммуникации поддерживаются речевыми этикетными формулами обращения и прощания и некоторыми другими, соблюдением общей тональности послания в рамках корректности и учтивости, не допускаются ирония, сарказм, оскорбления.

1. К рекомендуемым формулам приветствия и прощания относятся: «*Уважаемый, ...*», «*С уважением, ...*». Следует избегать фамильярного отношения к адресату, например, «*Дорогой, ...*» (особенно по отношению к незнакомому или малознакомому человеку, с которым вас связывают сугубо деловые отношения).

Обратите внимание на некоторые детали: запятая после обращения придает буднич- ный характер, знак восклицания после обращения указывает на особое значение факта обращения, использование имени и отчества придает обращению более теплый оттенок личного характера, использование фамилии придает тексту дополнительный официаль- ный оттенок.

При этом важно следить за тем, чтобы однокоренные слова *уважаемый, уважение* не дублировались в деловом письме. Если вы начинаете письмо с обращения «*Уважае- мый...*», то нельзя заканчивать его оборотом «*С уважением...*». Если письмо начинается с обращения «*Уважаемый...*», то закончить его можно словами «*Всего доброго*», «*С пожела- ниями успехов...*» или подобными выражениями. Можно также использовать этикетную формулу «*Искренне Ваш...*», хотя в настоящее время она выглядит несколько устаревшей. Если же вы используете выражение «*С уважением...*» при прощании, то начать следует со стандартных универсальных приветствий, обычно используемых при встрече: «*Здрав- ствуйте, ...!*», «*Добрый день, ...!*».

Уважительное отношение к адресату проявляется в использовании клише: *Мы рады пригласить Вас..., Благодарим Вас за..., Мы были бы Вам очень признательны, если бы Вы..., Убедительно просим Вас...*

Важным знаком проявления уважения является использование в деловых обраще- ниях местоимения *Вы* с заглавной буквы. Однако помните, что это касается только обра- щений в деловых бумагах!

2. Текстовое употребление слов *товарищ (т.)*, *господин (г-н)*, *гражданин (гр.)* имеет свою специфику:

- слово *товарищ* вытесняется словом *господин*, используемым в мировой практике;
- слово *гражданин* применяется для обозначения лица как субъекта гражданских пра- воотношений.

3. Существует специфика употребления личных местоимений в деловых бумагах:

- наблюдается тенденция к утрате местоимения *я* и употреблению определено-личных, безличных или пассивных конструкций (вместо *я прошу* пишут *прошу*, вместо *я выполнил* пишут *мною выполнено*). Употребление *я* сохраняется только в докладных и объяснитель- ных записках;
- в приказе, постановлении, решении, распоряжении, характеристике вместо *он* следует указывать фамилию лица и его инициалы.

Касательно **содержания деловых бумаг** этика отношений проявляется в необходи- мости соблюдения ряда требований, предъявляемых как к адресанту, так и к адресату.

Составителям деловых писем не рекомендуется:

- побуждать адресата к спешке при вынесении решения словами «*срочно*», «*незамедли- тельно*», «*в возможно более короткие сроки*». Более приемлемыми являются формулы «*прошу Вас ответить до такого-то числа*», «*убедительно прошу Вас сразу сообщить о своем решении*»;

- навязывать адресату ожидаемый исход освещаемого в письме вопроса, например, «Прошу изучить и решить вопрос положительно», «Прошу утвердить эту кандидатуру»;
- намекать получателю письма на его мнимую невнимательность, вводя в заключительный текст письма формулировку «Предлагаю внимательно изучить...»;
- начинать послание с констатации отказа в тех случаях, когда выполнение просьбы или поручения не представляется возможным. Вначале следует изложить мотивацию принятого решения и дать понять, что при определенных обстоятельствах к рассмотрению вопроса можно будет вернуться.

Для получателя официальной корреспонденции обязательным требованием является оперативный и четкий ответ отправителю. Задержка или отсутствие ответа может рассматриваться как нежелание сотрудничать и привести к разрыву отношений.

Вопросы и задания

1. Приемлемые формулы деловых писем:
 - «В возможно более короткие сроки»;
 - «Убедительно прошу Вас сразу сообщить о своем решении»;
 - «Прошу утвердить эту кандидатуру»;
 - «Предлагаю внимательно изучить...»;
 - «Вынужден вам отказать...».
2. Употребление местоимения я только в докладных и _____.
3. Рекомендуем обсудить:
 - как этика отношений проявляется в письменном деловом общении;
 - что определяет степень владения речевым этикетом?

ТЕМА 12. СОСТАВЛЕНИЕ И ОФОРМЛЕНИЕ ЛИЧНОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ

Личная документация сопровождает человека в течение всей его жизни. Не существует человека, которому никогда не приходилось подавать заявления, писать объяснительные записки, составлять доверенности, получать справки и т. п. Следовательно, каждый должен уметь правильно составлять документы и правильно истолковывать их. К составлению личных документов предъявляются общие для официально-делового стиля требования.

Заявление

Заявление — документ, содержащий просьбу, предложение или жалобу какого-либо лица, адресованный организации или должностному лицу учреждения.

Заявление имеет следующую структуру и оформление:

- наименование адресата:
 - а) если это лицо, то указывается должность, фамилия (в дательном падеже), инициалы;
 - б) если это организация, то указывается полное название организации в винительном падеже с предлогом **в** («В ЗАО «Атлант»...», «В межрегиональное управление Росавиации...»);
- фамилия, инициалы подавшего заявление (в родительном падеже). При обозначении адресанта (автора документа) допустимы две формы: с предлогом *от* и родительного падежа без предлога. Однако предлог *от* организует текст, не дает проявиться многозначности, возникающей при употреблении фамилии заявителя в родительном

падеже. Если заявление пишется на имя работника той же организации, к которой относится автор заявления, то последний должен указать свою должность после фамилии и инициалов, а если заявление адресовано в какую-либо иную организацию, то подающий заявление указывает свой адрес;

- заголовочная часть — наименование документа пишется в середине листа с заглавной буквы;
- текст заявления;
- опись прилагаемых документов (если они есть);
- дата подачи заявления (реквизит «дата» указывается либо в верхней заголовочной части листа ниже реквизита «название вида документа» и печатается от границы левого поля, либо после текста заявления также от границы левого поля. При использовании цифрового способа элементы даты документа указываются в последовательности: день, месяц, год. День месяца и месяц оформляются двумя парами арабских цифр, разделенными точкой, год — четырьмя арабскими цифрами: *12.10.2016*. Обозначения «год», «года», «г.» при этом способе оформления даты не проставляются. При словесно-цифровом способе день месяца обозначают двумя цифрами, месяц указывают словом в родительном падеже, год — четырьмя цифрами, в конце пишут «г.»: *12 августа 2018 г.* Если день и/или месяц содержат одну цифру, перед ней обязательно проставляется ноль: *01.08.2016; 01 августа 2016 г.*;
- подпись заявителя (внизу справа). Подпись может быть на уровне или ниже даты, так как ею завершается документ.

Коммерческому директору
ООО «Проект»
Андреевой И. И.
от Ивановой А. А.,
ведущего инженера КБ № 2

Заявление

Прошу предоставить мне отпуск по семейным обстоятельствам, с 01.07.2018 по 04.07.2018).

Дата

Подпись

Директору ИГНИ
Бугрову Д. В.
от
студента гр. И-130
Федорчука А. И.

Заявление

Прошу предоставить мне место в общежитии как студенту первого курса, не имеющего постоянного места жительства в Екатеринбурге и пригородах.

Балл на вступительных экзаменах 240.

23.09.2018

Подпись

Объяснительная записка

Объяснительная записка — документ, содержащий объяснение причин какого-либо нарушения в производственном, учебном или ином процессе.

Структура объяснительной записки:

- наименование адресата (руководителя организации, подразделения);
- фамилия, инициалы, должность работника, пишущего объяснительную записку;
- заголовочная часть (наименование документа пишется в середине листа с заглавной буквы);
- текст объяснительной записки;
- опись прилагаемых документов;
- дата составления документа (внизу слева);
- подпись (внизу справа).

Требования к оформлению реквизита «дата» аналогичны требованиям к оформлению его в заявлении.

Зав. кафедрой
Русского языка УГИ
Родиной И. В.
от студентки гр. ГИ-130
Афанасьевой Елены

Объяснительная записка

Я отсутствовала на занятиях с 07 по 17 ноября 2018 г. по состоянию здоровья. Медицинская справка прилагается.

18.11.2018

Подпись

Доверенность

Доверенность — это документ, с помощью которого одно лицо доверяет (поручает) другому лицу совершить за него какие-либо действия.

Согласно требованиям ГК РФ 2015, законодатель не устанавливает жестких требований в этом отношении. К обязательным требованиям можно отнести форму доверенности (нотариальная или простая письменная), точное и полное указание сведений о доверителе и доверенном лице, указание даты составления документа.

Нотариальная доверенность составляется у нотариуса и заверяется им.

Подпись доверителя в простой доверенности может быть заверена должностным лицом — руководителем, инспектором отдела кадров и др., но для некоторых типов доверенности это требование не является обязательным.

Личная доверенность пишется на обычном листе. В доверенности используется клише *Я, Ф. И. О. (полностью), доверяю Ф. И. О. (полностью) +инфинитив.*

Доверенность включает следующие реквизиты:

- наименование документа;
- дата (в доверенности все элементы даты пишут словами: *Первое августа две тысячи шестнадцатого года*);
- фамилия, имя, отчество, паспортные данные, место проживания доверителя;
- фамилия, имя, отчество, паспортные данные, место проживания лица, которому передаются полномочия;
- описание полномочий;
- подпись доверителя;
- наименование должности и подпись лица, удостоверяющего подпись доверителя, если таковое имеется;
- дата удостоверения подписи и подпись.

Образец может выглядеть так:

Доверенность	
Я, студент гр. УГИ-212071 Попов Алексей Петрович, доверяю студенту гр. УГИ-212071 Антонову Ивану Богдановичу получить мою стипендию за июль, август, сентябрь 2018 года по паспорту 5607 № 278306.	
Дата	Подпись
Подпись студента Попова А. П. удостоверяется.	
Дата	Директор департамента УГИ УрФУ Подпись

Для некоторых типов доверенности существуют специальные бланки, например:

Доверенность
На право управления автомобилем
Основание: ГК РФ, статья 185, п. 1
«__» _____ 20__г.
Я, _____
_____, проживающий по адресу _____
Паспорт, серия _____ номер _____ выдан _____
Доверяю _____
проживающему _____
Паспорт, серия _____ номер _____ выдан _____
управление принадлежащей мне на праве личной собственности автомашиной марки _____
_____ гос. номер _____
представлять мои интересы в страховой компании и получать страховые выплаты в случае наступления страхового случая при ДТП с участием принадлежащего мне автомобиля марки _____
_____ гос. номер _____
Двигатель № _____
Кузов № _____
Шасси № _____
Год выпуска _____
VIN № _____
Цвет _____
Свидетельство о регистрации серия _____ номер _____
выдан _____
Паспорт транспортного средства серия _____ номер _____
выдан _____
Доверенность выдана сроком на _____
Доверенное лицо _____

Резюме

Резюме — краткое письменное описание занимаемых в течение жизни должностей, мест работы и образования. Цель составления резюме — представить свою рабочую биографию наиболее выигрышно (и в то же время объективно), для того чтобы получить желаемую работу.

Специалисты по подбору персонала обычно уделяют резюме не более 20—30 секунд, поэтому информация должна быть представлена в сжатой и удобной для восприятия форме.

Резюме в чем-то схоже со служебной анкетой, но в отличие от заполнения граф анкеты, при котором от пишущего требуется только ответить на поставленные вопросы, составление резюме — процесс творческий. Именно поэтому не существует единого стандарта и жестких форм для его написания. Главная задача при составлении резюме — как можно более выигрышно и в то же время предельно объективно представить себя и свою рабочую биографию. Очень важно уметь выделить из собранной персональной информации ту, которая непосредственно относится к выбранной работе — это касается и образования, и опыта работы, и характеристики дополнительных навыков, и личных качеств. Это необходимо, потому что существуют объективные различия между специальностями и видами деятельности.

Резюме, безусловно, должно быть информативным, однако слишком длинный и однообразный перечень мест работы с сопутствующими датами и названиями организаций может произвести неблагоприятное впечатление на работодателя, так как может сложиться впечатление об односторонности претендента в плане его профессиональной пригодности. Потому лучше не указывать все места работы, а просто подытожить общий стаж работы в сопоставимых должностях. Например, *Работал технологом в течение десяти лет на машиностроительных предприятиях* или *С 2004 по 2007 год — мл. экономист, экономист, ст. экономист ЗАО «Вектор».*

Типовое резюме включает:

- персональные данные соискателя (фамилия, имя, отчество, дата и место рождения, семейное положение);
- адреса и телефоны с указанием времени для контактов;
- наименование вакансии, на которую претендует автор резюме;
- основной текст, включающий в себя перечень мест работы и (или) учебы в обратном хронологическом порядке, с указанием полного официального наименования организации, времени пребывания в ней, наименования занимаемой должности и (или) наименование учебной специальности;
- дополнительные сведения: опыт внештатной работы, общественная деятельность, профессиональная переподготовка;
- прочие сведения: сопутствующие знания и навыки, иностранные языки, заграничные поездки, владение компьютером, вождение автомобиля;
- отличия и награды, ученые степени и звания (раздел не является обязательным);
- интересы, склонности, имеющие отношение к предполагаемой профессиональной деятельности соискателя (содержание определяется соискателем, раздел не является обязательным);
- иную вспомогательную информацию (на усмотрение соискателя);
- рекомендации или сведения о них;
- дата составления резюме;
- подпись соискателя.

Резюме

<i>Фамилия, имя, отчество</i>	Иванов Иван Иванович
<i>Дата и место рождения</i>	15.11.1995, г. Екатеринбург
<i>Семейное положение</i>	Холост
<i>Образование</i>	Незаконченное высшее
<i>Опыт работы</i>	С 2017—2018 гг. занимал должность программиста в ООО «Альянс». Имею опыт работы с компьютерными программами: MS Explorer, MS Word, MS Excel, MS Outlook, FineReader.
<i>Сфера деятельности в настоящее время</i>	В настоящее время учусь на IV курсе УрФУ по специальности «Менеджмент» заочного факультета; работал преподавателем компьютерного класса в обществе «Знание»
<i>Дополнительные сведения</i>	Окончил курсы английского языка, имею водительские права категории «В»
<i>Личностные качества</i>	Активен, работоспособен, коммуникабелен, креативен
<i>Адрес, телефон, e-mail</i>	620137, г. Екатеринбург, ул. Мира, д. 6, кв. 55, тел. (81842)52-40-93, e-mail: t_mailbox@mail.ru
<i>Цель резюме</i>	Прохождение преддипломной практики с перспективой дальнейшего трудоустройства на должность специалиста по созданию компьютерных программ
<i>Дата</i>	Подпись

Необходимо иметь в виду, что потенциальный работодатель, скорее всего, обратится к вашим прежним работодателям за характеристикой или рекомендацией в отношении вас.

В европейской и американской традиции резюме (краткую информацию претендента на рабочее место о себе) принято именовать **curriculum vitae** (в буквальном переводе с латыни — течение жизни), или аббревиатурой **CV**, или просто **vita**.

В некоторых странах CV — это типичный первый шаг, предпринимаемый соискателем, на основании которого его либо приглашают, либо не приглашают на интервью.

После 2010 г. широкое распространение получила рассылка CV (резюме) по электронной почте, размещение на сайтах служб занятости или в социальных сетях, ориентированных на профессиональные взаимоотношения людей, типа LinkedIn.

Характеристика

Характеристика — документ с отзывом об учебной, служебной, общественной деятельности кого-либо. В ней описываются отличительные качества, свойства, черты характеризуемого человека.

Форма

Деловая характеристика обычно состоит из следующих элементов:

- наименование документа;
- фамилия, имя, отчество лица, которому дается характеристика;
- текст, который включает следующие компоненты:

- анкетные данные: год рождения, образование;
- указание места работы: должность, время работы;
- характеристика профессиональной деятельности;
- повышение квалификации;
- деловые качества.
- подписи должностных лиц;
- дата и место составления.

Характеристика

Павлов Михаил Петрович, 1996 г. р., является студентом II курса ММИ Уральского федерального университета.

Павлов М. П. обучается на контрактной основе. За время учебы зарекомендовал себя как прилежный и ответственный студент, успевающий по всем учебным дисциплинам на «отлично» и «хорошо».

Павлов М. П. активно участвует в общественной и культурной жизни института. Является старостой группы. Принимал участие в смотре-конкурсе «Мистер УрФУ», где занял призовое место.

Павлов М. П. — человек коммуникабельный, доброжелательный, честный, пользуется уважением среди студентов.

Характеристика дана для представления по месту требования.

Дата

Подпись

Вопросы и задания

1. Заявление — это документ:
 - содержащий объяснение причин какого-либо нарушения в производственном, учебном или ином процессе;
 - с помощью которого одно лицо доверяет (поручает) другому лицу совершить за него какие-либо действия;
 - с отзывом об учебной, служебной, общественной деятельности кого-либо;
 - содержащий просьбу, предложение или жалобу какого-либо лица, адресованный организации или должностному лицу учреждения.
2. Документ, в котором описываются свойства, отличительные качества, черты характеризуемого человека, называется _____.
3. Реквизит, который отсутствует в доверенности, — это _____.
4. Компоненты текста деловой характеристики: анкетные данные (год рождения, национальность, образование); указание места работы (должность, время работы); _____; повышение квалификации; деловые качества.
5. Рекомендуем обсудить: с какой целью составляют текст резюме? Какая информация в нем является основной, а какая — дополнительной?

Редактирование текста деловых бумаг

Документооборот в серьезной фирме требует особого внимания к качеству оформления документации, что приводит к необходимости включения работы по редактированию деловых бумаг в должностные обязанности секретарей, референтов, редакторов или других работников.

Редактирование текста деловых бумаг и служебных документов состоит из нескольких этапов.

1. Первичное ознакомление с текстом готового документа предполагает прочтение документа в целом. При первом чтении не рекомендуется вносить в текст какие-либо поправки, но можно делать карандашные пометки на полях, или, что лучше, все попутные замечания фиксировать на отдельном листе бумаги.

2. Проверка фактического материала, включенного в документ, необходима на втором этапе работы. Следует также ответить на вопросы, достаточен ли фактический материал редактируемого документа, достоверны ли предоставленные сведения.

3. Собственно редактирование документа — это третий этап работы. На этом последнем этапе проводится языковая правка: устраняются орфографические, пунктуационные и стилистические ошибки. Все исправления, вносимые в текст, делаются контрастным цветом, все написанное — слова, цифры, корректурные знаки — должно быть отчетливым и аккуратным.

Выправленный текст следует перепечатать и вычитать еще раз. Полностью подготовленный текст подписывается.

Вопросы и задания

1. Правильный вариант начала текста заявления:

- Прошу, чтобы Вы оказали мне материальную помощь...
- Я, Иванов А. А., прошу выделить мне материальную помощь...
- Прошу оказать материальную помощь...
- Прошу Вас выделить мне материальную помощь....

2. В представленном ниже заявлении допущены ошибки:

<p>Директору автобазы № 3 от Петрова И. И.</p>
<p>Заявление</p> <p>Товарищ директор, прошу предоставить неоплачиваемый отпуск с 1.02.17 по 26.02.17 в связи с семейными обстоятельствами.</p> <p>29.01.2007 г. Подпись</p>

- неправильно оформлено наименование документа;
- не указаны фамилия и инициалы адресата;
- не указана должность адресанта;
- лишним является обращение в тексте заявления.

УЧЕБНЫЕ ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 4

Тема 11. Учебное задание 1

Прочитайте текст и укажите, какие функциональные стили использованы в первом и втором варианте деловой бумаги. Укажите, что нужно исправить в обоих документах.

Главный инженер А. И. Петров получил деловую бумагу:

«Обращаюсь к Вам, Александр Иванович, по поводу сложной ситуации, сложившейся во вверенном мне цехе. Внутрицеховая проверка обнаружила, что запасы запасных частей для редуктора РР-150 являются исчерпанными. Вам срочно необходимо разобраться в этом вопросе и обеспечить принятие необходимых мер по обеспечению вышеназванных частей. Начальник цеха готовой продукции В. Н. Андреев».

Ознакомившись с документом, он просит секретаря составить текст ответа. Через некоторое время инженер читает первый вариант деловой бумаги, подготовленной его секретарем:

«На Ваш № 445/15 от 20.10.2017 в настоящем, сообщаем, что в силу того, что фактическое наличие запрашиваемых сведений в части частей к редуктору РР-150 подтвердилось частично, обращаемся с просьбой разрешить пролонгировать с целью увеличения наличия дополнения соглашения...»

Не дочитав, он вызывает секретаря: «Елена Ивановна, Вы опытный работник, но послушайте, когда Вы отучитесь от этого бюрократического стиля? Напишите простое и понятное письмо! Ведь Вы умеете изъясняться нормальным языком».

Через час секретарь подготовила вторую версию письма:

«Здравствуйте!

В первых строках моего письма спешу сообщить, что письмо Ваше мы получили, за что большое спасибо. Все живы-здоровы, чего и Вам желаем. Погода у нас стоит хорошая, правда, вчера был сильный снегопад.

По делу, о котором Вы спрашивали, могу сообщить о том, что эти лентяи с завода-поставщика совсем перестали посылать шестеренки, а когда и пришлют, то у них зубцы не сходятся. Так что из запасов у нас ничего нет. Очень прошу, отругайте их между делом, а то нет на них никакой управы с нашей стороны.

До свидания.

Александр Иванович Петров».

Тема 12. Учебное задание 2

Ознакомьтесь с документами. Определите ошибки в них, опираясь на знание литературных норм и оформительских особенностей.

Документ 1

Коммерческому директору ООО «Проект» Андреевой И. И. от Ивановой А. А.	
заявление	
Прошу предоставить мне отпуск в связи с семейными обстоятельствами, на 3 дня (с 1.07.18— 4.07.18).	
Иванова Анна	26.06.2018

Отметьте, что нужно исправить в документе.

Заголовочная часть	Подпись заявителя	Дата подачи заявления
<ul style="list-style-type: none"> • в середине листа с заглавной буквы; • в середине листа с маленькой буквы; • в левой части листа с маленькой буквы; • в правой части листа с маленькой буквы; • в левой части листа с заглавной буквы; • в правой части листа с заглавной буквы 	<ul style="list-style-type: none"> • внизу справа; • внизу слева; • внизу в середине листа 	<ul style="list-style-type: none"> • внизу справа; • внизу слева; • внизу в середине листа

Тема 12. Учебное задание 3

Ознакомьтесь с документом. Найдите ошибки в нем, опираясь на знание литературных норм и оформительских особенностей.

Резюме	
Фамилия, имя, отчество	Терешко Владимир Сергеевич
Дата и место рождения	15.11.97, г. Екатеринбург
Адрес, телефон, e-mail	Мира 6-55 тел. (842)952-40-93, e-mail: t_mailbox@mail.ru
Семейное положение	Холостой
Образование	Неоконченное высшее, IV курс УрФУ «Информационные технологии»
Дополнительные сведения	Ходил на курсы английского языка, вожу автомобиль
<p>Я хотел бы предложить свои услуги в качестве ведущего специалиста по созданию компьютерных программ, организовать работы по реализации новых идей в области компьютерной графики и монтажа. Я имею опыт в управлении разработками программ, хорошо срабатываюсь с людьми.</p> <p>В 2015 и 2016 году программировал в ООО «Альянс». По требованию могу предоставить необходимые рекомендации.</p> <p>С надеждой на взаимовыгодное сотрудничество на время прохождения преддипломной практики</p>	
10.10.2016	Терешко В. С.

Контрольные задания

Прочитайте текст и выполните задание после него.

Вечером за ужином собралась семья, чтобы пообщаться и поделиться проблемами.

Отец рассказал, что на предприятие, где он работает, поступил новый заказ, для выполнения которого нужно взять напрокат гидравлический пресс.

Дочь тоже решила поделиться с семьей своей проблемой. Она недавно устроилась на работу и стала пропускать пары в университете. Это обстоятельство вызывает недовольство у преподавателей, т. к. согласно приказу студентам очного отделения не разрешается пропускать занятия. Мама предложила дочери перевестись с очной формы обучения на заочную, чтобы можно было работать и учиться.

Сын сообщил, что ему предложили пройти практику в другом городе, поэтому надо обсудить, кто будет использовать его автомобиль в этот период.

Выберите формулировки проблем, описанные в тексте, и запишите одним словом со строчной буквы название документа, который нужно составить для решения каждой проблемы.

Проблема	Название документа
перевод с одной формы обучения на другую	
получение во временное пользование технического оборудования	
передача права управления транспортным средством	

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Баева О. А. Ораторское искусство и деловое общение : учеб. пособие / О. А. Баева. — Минск : Новое знание, 2005.
2. Введенская Л. А. Русский язык. Культура речи. Деловое общение : учебник / Л. А. Введенская, Л. Г. Павлова, Е. Ю. Кашаева. — Москва : КНОРУС, 2012.
3. Введенская Л. А. Русский язык и культура речи : учеб. пособие для вузов / Л. А. Введенская, Л. Г. Павлова, Е. Ю. Кашаева. — Ростов на Дону : Феникс, 2011.
4. Введенская Л. А. Деловая риторика : учеб. пособие для вузов / Л. А. Введенская, Л. Г. Павлова. — Ростов на Дону : Феникс, 2012.
5. Деловые бумаги: составление, оформление, редактирование : метод. разработка / сост. О. В. Бабенко, А. Ю. Ларионова. — 3-е изд., испр. и доп. — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2015.
6. Зарецкая Е. Н. Риторика. Теория и практика речевой коммуникации / Е. Н. Зарецкая. — Москва : Дело, 2002.
7. Зарецкая Е. Н. Деловое общение : учебник. В 2-х т. / Е. Н. Зарецкая. — Москва : Дело, 2008.
8. Ивин А. А. Риторика: искусство убеждать / А. А. Ивин. — Москва : Гранд, 2002.
9. Ипполитова Н. А. Русский язык и культура речи : учебник / Н. А. Ипполитова, О. Ю. Князева, М. Р. Савова. — Москва : Проспект, 2011.
10. Ножин Е. А. Мастерство устного выступления : учеб. пособие / Е. А. Ножин. — Москва : Изд-во политической литературы, 1978. — 254 с.
11. Отто Э. Слово предоставлено Вам: практические рекомендации по ведению деловых бесед и переговоров / Э. Отто. — Москва : Экономика, 1988. — 141 с.
12. Родина И. В. Русское письмо на основе грамматики : учеб. пособие / И. В. Родина. — Екатеринбург : УрФУ, 2011.
13. Скаженик Е. Н. Деловое общение : учеб. пособие / Е. Н. Скаженик. — Таганрог : ТРТУ, 2006.

Учебное издание

Родина Инна Владимировна
Промах Лилия Валерьевна

**Культура русской деловой речи
и деловая риторика**

Редактор *О. В. Климова*
Корректор *А. А. Трофимова*
Верстка *О. В. Климовой*

Подписано в печать 18.09.2018. Формат 60×84/8.
Бумага офсетная. Цифровая печать. Усл. печ. л. 23,3.
Уч.-изд. л. 18,2. Тираж 100 экз.
Заказ 259

Издательство Уральского университета
Редакционно-издательский отдел ИПЦ УрФУ
620049, Екатеринбург, ул. С. Ковалевской, 5
Тел.: +7 (343) 375-48-25, 375-46-85, 374-19-41
E-mail: rio@urfu.ru

Отпечатано в Издательско-полиграфическом центре УрФУ
620083, Екатеринбург, ул. Тургенева, 4
Тел.: +7 (343) 358-93-06, 350-58-20, 350-90-13
Факс: +7 (343) 358-93-06
<http://print.urfu.ru>

